

Temas pendientes y nuevas oportunidades en Turismo y Cooperación al Desarrollo

Editado por
Marta Nel-lo Andreu, Bonnie Lucía Campos Cámara, Ana Pricila Sosa Ferreira



















Editado por Marta Nel-lo Andreu, Bonnie Lucía Campos Cámara, Ana Pricila Sosa Ferreira
Coordinado por Daniela Pérez Najera y Jordi Andreu Bertran

Primera edición: 2015

ISBN (URV): 978-84-8424-422-6
ISBN (UQROO): 978-607-9448-08-0
ISBN (UCARIBE): 978-607-9161-24-8

ÍNDICE

2. Nuevas oportunidades de cooperación. Turismo, globalización, cambio climático y nuevas tecnologías

3. Reinvención de destinos turísticos. Estrategias y políticas

4. Turismo residencial. La transnacionalización en la actividad turística

5. Complejidad territorial y turística. Dinámicas migratorias y rutas laborales cotidianas

Presentación

La consideración del turismo como una vía y oportunidad para el desarrollo está cada vez más presente en las políticas socioeconómicas de los países. Algunos hechos que han contribuido a este aumento de protagonismo del turismo son entre otros el consenso alcanzado en reuniones internacionales sobre la capacidad de esta actividad para contribuir al desarrollo y más concretamente al alivio de la pobreza, como se recoge en los Objetivos de Desarrollo del Milenio fijados por las Naciones Unidas.

El sector del turismo es una línea estratégica que tiene grandes posibilidades para convertirse en líder de la cooperación turística internacional, pues es considerado una herramienta que, bien gestionada, contribuye a la mejora de la calidad de vida de las poblaciones locales y a la reducción de la pobreza, fomentando la creación de lugares de trabajo y la conservación del patrimonio natural y cultural. Teóricamente es así, pero en la práctica: ¿Qué está sucediendo?

El turismo es un fenómeno dinámico tanto en su crecimiento como en la permanente transformación de sus elementos, de las relaciones entre los mismos o de nuevas expresiones y formas de hacer turismo. Su estudio y seguimiento exige un análisis de las problemáticas aún pendientes, así como requiere responder a las nuevas realidades, ara que el turismo mantenga su fin último, el desarrollo.

El II Congreso de la Red Internacional de Investigadores en Turismo, Cooperación y Desarrollo quiere con este encuentro:

- Crear un foro de discusión y reflexión, desde una perspectiva académica y de investigación, sobre temas pendientes aún por resolver como el impacto del turismo en las comunidades locales y de abordar “nuevas” realidades y estrategias de desarrollo turístico y cooperación que reclaman nuestra atención.

- Sumar conocimientos en el campo de la investigación del turismo como herramienta de cooperación al desarrollo.

- Facilitar un espacio para conocernos e impulsar futuras colaboraciones de investigación.

Mesas / Ejes temáticos

1- El impacto del turismo en las comunidades locales: un tema pendiente.

2- Nuevas oportunidades de cooperación. Turismo, globalización, cambio climático y nuevas tecnologías.

3- Reinvención de destinos turísticos. Estrategias y políticas.

4- Turismo residencial. La transnacionalización en la actividad turística.

5- Complejidad territorial y turística. Dinámicas migratorias y rutas laborales cotidianas.

Comité científico

1

El impacto del turismo en las comunidades locales: un tema pendiente

Impactos del turismo. Buscando un modelo teórico integral

Jordi Gascón

Universitat de Barcelona & Foro de Turismo Responsable

Como ya hemos comentado en otro lugar (Gascón, 2012: 16), a nadie se le escapa la capacidad que tiene el turismo de dañar ecosistemas, malbaratar recursos naturales, mercantilizar expresiones culturales, crear marcos favorables para la corrupción o vulnerar derechos laborales. Pero cuando se buscan las razones de un determinado conflicto surgido a raíz de la implantación de una iniciativa turística, ya sea pública, comunitaria o privada, el análisis suele centrarse en sus causas inmediatas. Es decir, en aquellos elementos de su entorno que explican el fenómeno: una empresa que enajena el agua o la tierra a la población local, una disputa entre sectores sociales por controlar el nuevo recurso, una determinada política municipal que favorece la gentrificación, etc. Es una aproximación correcta. Pero su reiteración en contextos y geografías diversos nos obliga, ya, a buscar un modelo integral del impacto turístico.

Para ello habría que entender que el turismo requiere el uso de diferentes recursos (naturales, energéticos, fuerza de trabajo, capital público y privado para la inversión, etc.) que ya están siendo previamente empleados por los sectores económicos prexistentes o por el ecosistema. La aparición del turismo comporta una reestructuración en la asignación de esos recursos. En ocasiones, puede que esta reasignación se haga de forma equilibrada, y que tras el reajuste todos los sectores económicos puedan acceder a los recursos necesarios para asegurar su buen funcionamiento. Pero parece predominar una segunda alternativa: el nuevo sector suele sustraer a los ya existentes recursos por encima del mínimo necesario para asegurar su viabilidad. Allá donde se establece el turismo, por ejemplo, tiende a decrecer la agricultura, ahogada por el monopolio que el primero hace de recursos como la tierra, el agua, las prioridades de inversión pública, la fuerza de trabajo o los planes de desarrollo gubernamentales (Mowforth & Munt, 2003; Gascón & Ojeda, 2014).

Si toda la población participara de forma equitativa en el control y gestión de los diferentes sectores económicos, entre ellos el turismo, el conflicto anterior tal vez no lo sería tanto: todos se beneficiarían por igual de todos los sectores económicos, estuvieran en crisis o en expansión. Pero esto no suele suceder así. Lo que predomina es una escena en el que el control y gestión, y el acceso a los beneficios, de cada sector económico corresponde a sectores de población diferentes.

Son incontables los estudios que no tienen esto en cuenta. Se insiste en que el turismo puede generar nuevas posibilidades de trabajo a la población local, sin considerar que el cambio de sector laboral es traumático. Este cambio suele asociarse a una pérdida de control sobre los medios de producción. Un campesino que abandona la actividad agraria para emigrar a un destino turístico en desarrollo pasa de trabajar en una actividad en la que es un especialista y controla los medios de producción (o al menos, parcialmente), a otro en el que es mano de obra no cualificada (y por tanto, fácilmente sustituible) y cuya gestión no domina. Aunque coyunturalmente pueda obtener unos ingresos atrayentes en la nueva actividad, se ha convertido en mano de obra no cualificada, Y por tanto, es fácilmente desechable cuando se requiere una reestructuración del

sector. Desde los estudios de Richard Butler (1980) sobre el Ciclo de Vida Turístico, sabemos que, antes o después, esa reestructuración acontecerá. Y que esa reestructuración buscará aumentar la competitividad ya sea reduciendo los costos de funcionamiento (y entre ellos, los salarios y condiciones laborales) o mejorando los servicios (para lo que se hará necesario sustituir la mano de obra por otra cualificada).

Una perspectiva teórica que analice el fenómeno desde los conflictos redistributivos entre sectores económicos y sectores sociales puede englobar la mayoría de los impactos del turismo a nivel local. Además de ayudar a su análisis, puede también favorecer un entendimiento más integral del fenómeno. Un fenómeno cuyo crecimiento y universalidad va, muchas veces, por delante de aquellos que nos dedicamos a analizarla.

Referencias

Butler, R. (1980) “The Concept of a Tourist Area Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources” *Canadian Geographer*, 24 (1): 5-12.

Gascón, J. (2012) “Introducción: Apuntes para un análisis crítico del turismo”. En Buades, J.; Cañada, E.; Gascón, J. *El turismo en el inicio del milenio: Una lectura crítica a tres voces*. Madrid: Foro de Turismo Responsable.

Gascón, J.; Ojeda, D. (2014) *Turistas y campesinado: El turismo como vector de cambio de las economías campesinas en la era de la globalización*. Madrid & Tenerife: FTR & Pasos edita.

Mowforth, M.; Munt, I. (2003) *Tourism and Sustainability: Development and New Tourism in the Third World*. London & New York: Routledge.

EL IMPACTO DEL TURISMO EN LAS COMUNIDADES LOCALES: UN TEMA PENDIENTE

El giro crítico en los estudios turísticos: revisión del concepto del ‘turismo de la esperanza’

Pilar Espeso-Molinero
Maria José Pastor-Alfonso

Departamento de Humanidades Contemporáneas. Universidad de Alicante. España.

RESUMEN

Con la intención de contribuir a la necesidad detectada en las ciencias sociales de profundizar en las teorías que informan los estudios científicos en turismo, en la presente comunicación se revisa teóricamente la tendencia hacia el enfoque crítico en los planteamientos filosóficos que orientan las investigaciones turísticas.

Partiendo de los campos tradicionales en los que se ha dividido la (in)disciplina del turismo, se explora la evolución de los enfoques epistemológicos hacia un enfoque crítico en el turismo. Este enfoque filosófico se caracteriza por situar el fenómeno turístico en su más amplio contexto político, social, económico y cultural, observando cuidadosamente las relaciones de poder que se dan en la producción de conocimiento. Los académicos críticos defienden, que sólo es posible analizar los discursos, narrativas, reacciones y relaciones, bajo el prisma de las estructuras hegemónicas que los han influenciado, especialmente, cuando los estudios se centran en poblaciones tradicionalmente marginadas. A este enfoque, es necesario unirle una intencionalidad transformadora, para que el esfuerzo científico contribuya a la mejora de la calidad de vida de las personas afectadas por la investigación, y de forma más amplia, al resto de la comunidad en la que se engloban.

La opción de una investigación contextualizada, reflexiva y éticamente comprometida es cada vez más común en las investigaciones en turismo, especialmente entre el grupo de académicos que promueven el ‘turismo de la esperanza’ como una llamada a una producción académica co-transformadora y activa. Evitando caer en marcar esquemas rígidos para la producción de conocimiento, buscan un enfoque humanista y apasionado que dé cabida a nuevas formas de interpretación, reflexión y colaboración para explicar y contribuir a mejorar los fenómenos bajo investigación. Este trabajo explora la evolución del concepto del turismo de la esperanza, sus postulados sus seguidores, y también, algunas acotaciones presentadas por otros autores.

Palabras clave: Epistemología del turismo, estudios críticos, turismo de la esperanza

ABSTRACT

This communication intends to contribute to the identified need for a deeper understanding of the philosophy that informs scientific research, in the social sciences in general and in tourism studies in particular. Through a theoretical review, this work explores the trend towards a critical turn in the epistemology of tourism.

Departing from the traditional field division of the (in)discipline of tourism, we explore the different epistemological approaches and its evolution towards a critical theory in tourism studies. This philosophical approach is characterized by positioning the tourism phenomenon in their broader political, social, economic and cultural context, carefully observing the power relations that exist in the production of knowledge. Critical scholars argue that it is only possible to analyze the discourses, narratives, reactions and relationships, through the prism of the hegemonic structures that have influenced them, especially when the studies focus on traditionally underserved populations. This philosophical approach needs to be complemented with a transformative intent, thus the scientific effort can contribute to improve the life conditions of the people and the communities affected by the research.

The option of a contextualized, reflexive and ethically engaged research is increasingly common in tourism studies. This call is especially strong among a group of scholars that promote a new 'hopeful tourism' perspective, looking for a co-transformative and active scholarship in tourism studies. Under this perspective, they try to avoid the rigid marks of the scientific knowledge generation, and advocate for a passionate humanist approach that admits new forms of interpretation, reflection and collaboration in order to explain and help improve the phenomena under investigation. This paper explores the evolution of the 'hopeful tourism' concept, its agenda, its followers as well as some of its critics.

Keywords: Tourism epistemology, critical theory, hopeful tourism

INTRODUCCIÓN

En el corpus científico de los estudios turísticos existe una clara ausencia de reflexiones sobre la formación del conocimiento turístico (Tribe, 2009). Al igual que en el resto de las ciencias sociales (Creswell, 2003) los supuestos que subyacen a la investigación científica en turismo rara vez se explicitan (Botterill, 2001). Sin embargo, cada vez más autores abogan por un compromiso serio de los investigadores con los análisis epistemológicos de la (in)disciplina del turismo (Phillimore & Goodson, 2004; Tribe & Xiao, 2011), pero no para dirimir si se trata o no de un conocimiento científico, sino para avanzar en el conocimiento turístico. El tratamiento del estudio del turismo como disciplina científica está aún abierto, muchos lo defienden, otros consideran que se trata de un debate innecesario, mientras algunos como Coles, Hall, y Duval (2006) apuestan, incluso, por una visión post-disciplinar que libere a la epistemología turística de las rígidas estructuras heredadas de la división del trabajo en las universidades y que permita una producción científica más flexible, plural y sinérgica.

Lo que no se pone en duda en los debates actuales es la necesidad de analizar los postulados filosóficos que informan las investigaciones turísticas como parte integrante del desarrollo de la propia naturaleza del conocimiento[1].

La presente comunicación explora teóricamente el giro crítico hacia una investigación turística más comprometida con los sujetos afectados por la investigación, especialmente, cuando se trata de poblaciones tradicionalmente marginadas como los grupos indígenas, los discapacitados, los indigentes o los ancianos.

1. LOS CAMPOS DEL ESTUDIO TURÍSTICO

Las investigaciones en turismo han estado tradicionalmente divididas entre los estudios cuantitativos o positivistas y los cualitativos. Entre los primeros generalmente se enmarcaban los análisis sobre gestión, marketing o estrategia. Entre los segundos estaban aquellos estudios cuyo objetivo principal eran las personas, especialmente aquellas más afectadas por los movimientos turísticos.

En “The indiscipline of tourism” Tribe (1997) hace una distinción entre dos campos de investigación turística a los que denominará TF1 y TF2. La primera se ocuparía de los aspectos relativos a la investigación del turismo como negocio (incluiría los estudios sobre marketing, estrategia, gestión, etc.); la segunda, representaría la investigación centrada en el resto de aspectos no vinculados directamente con el negocio turístico (estudios de capacidad de carga, medioambientales, de impactos, etc.). Más tarde (Tribe, 2010), simplificaría las nomenclaturas, dividiendo los campos de estudio entre aquellos motivados por el turismo como negocio (The business of Tourism) y los motivados por la crítica cultural, a los que designaría como ciencias sociales del turismo (*Tourism Social Science*). Pero esta distinción entre Ciencias Sociales y Negocios, no es tan radical, para Ren et al. (2010, p.886) “dividir a la comunidad de estudiosos del turismo en investigadores de negocios e investigadores sociales es demasiado simplista y reduccionista.”[2] La comunidad académica es mucho más compleja y como demuestran en su trabajo basado en la teoría del actor-red la producción de conocimiento turístico no es estanca, hegemónica ni homogénea, sino que más bien se trata de un conjunto de prácticas en constante movimiento, conectadas entre sí, que no pueden ser consideradas desde una sola voz o un solo discurso. Tribe (1997) reconoce que en algunos casos, cómo es el terreno de los estudios sobre desarrollo o los estudios medioambientales, ambos campos de investigación se superponen y su interconexión va más allá del solapamiento de intereses. Las relaciones entre el turismo como negocio y los aspectos más críticos de su relación con la sociedad y la cultura, deben estar presentes en todos los estudios turísticos para evitar una dicotomía irreal que aún hoy divide a los investigadores entre las, supuestamente superadas ya, plataformas de defensa (apologética) y de advertencia (precautoria) de Jafar Jafari (1990). Siguiendo a Habermas, las tensiones entre ambos sistemas, uno fundamentalmente positivista (el de negocio) y otro hermenéutico (de las ciencias sociales), necesitan equilibrio y este se consigue a través del conocimiento emancipatorio que explora los problemas de justicia, dominación, resistencia e intervención práctica (Pritchard, Morgan, & Ateljevic, 2011).

---

[1] Entre los autores preocupados por la epistemología del turismo y su categoría de saber científico se encuentran John Tribe, Alessandro Panosso Neto, Marcelino Castillo Nechar, Margarita Barretto, David Botterill, Charlotte Echtner o Tazim Jamal.

[2] Las citas de originales en inglés están traducidas por las autoras

A pesar de las impresiones iniciales de Tribe (1997) en torno a la escasez de investigaciones turísticas en el ámbito de la crítica social, frente al dominio positivista procedente de las escuelas de negocios y de los estudios extra-disciplinares ejercidos desde el sector privado, en sus últimos trabajos reconoce que (1) no existe prueba empírica de la dominancia del sector por estudios extra-disciplinares (2010); (2) el estudio del turismo no está limitado a un paradigma restrictivo y dominado por el carácter 'performativo' de la teoría postmoderna de Lyotard (2005); (3) la rama del estudio del turismo social es mucho más fuerte de lo que cabía esperar, con importantes redes académicas, como la iniciada por Valenne Smith en la Conferencia de la American Anthropology Association de México en 1974 (2010); (4) la investigación académica está madurando. Prueba de ello es la renovación en los enfoques epistemológicos en el turismo, encaminados hacia una incipiente investigación post-moderna.

2. EL ENFOQUE CRÍTICO

Entre los nuevos enfoques filosóficos en el estudio del turismo, destaca el giro hacia un enfoque crítico. Esta corriente teórica se caracteriza por situar el fenómeno turístico en su más amplio contexto político, social, económico y cultural, observando cuidadosamente las relaciones de poder que se dan en la producción de conocimiento (Ateljevic, Pritchard, & Morgan, 2007).

> La reflexión crítica (…) tiene por fin develar y descubrir un mundo donde la injusticia, la pobreza, la inequidad y los problemas humanos y del medio ambiente son parte de un orden funcional y estructural que no se han reconvertido y que inciden directamente en el turismo pero, también, en su conocimiento producido.(Castillo Nechar, 2011)

La teoría crítica tiene sus raíces en la Escuela de Frankfurt (Horkheimer, Adorno, Marcuse y Habermas) y sus significados emergen de las diferencias con otros paradigmas de la investigación. A pesar de haber pasado más de 70 años desde sus orígenes, la teoría crítica sigue atrayendo tanto fieles seguidores como acérrimos detractores, lo que prueba su permanencia como teoría viva. En un intento de explicación de sus características, Kincheloe y McLaren (2002) reconocen la dificultad que esto supone debido a que (1) existen muchas teorías críticas, no sólo una; (2) la tradición crítica está siempre cambiando y evolucionando; (3) la teoría crítica intenta evitar demasiada especificidad ya que siempre hay espacio para la crítica entre los teóricos críticos.

Tribe (2008), siguendo a Kincheloe and McLaren, considera que los objetivos del enfoque crítico son (1) descubrir quiénes son los ganadores y los perdedores en cada situación social particular, analizando los procesos de poder que han operado en estas relaciones; (2) entender que hay múltiples formas de poder, rechazando el determinismo económico; (3) alcanzar la emancipación crítica, logrando los mayores niveles de autonomía y agencia; (4) criticar la racionalidad técnica separando los hechos de los valores y promocionando los segundos sobre los primeros; (5) entender los impactos del deseo, replanteando las relaciones entre los distintos ejes del poder: identidad, libido, racionalidad y emoción; (6) entender que los discursos ideológicos dominantes conforman nuestra visión de la realidad; (7) entender la sutiliza del poder hegemónico, que no siempre emplea la fuerza física, sino

que legitima su representación como algo natural e inevitable; (8) entender que el lenguaje no es neutral ni objetivo, que no se limita a describir el mundo sino que lo construye ejerciendo el poder discursivo; (9) entender que la cultura de masas contemporánea con su proliferación de signos e imágenes ejerce como un mecanismo más de control; (10) comprender que determinados agentes del poder corporativo, producen formas de mirar hegemónicas que actúan de forma pedagógica.

La investigación crítica es transformativa, considera las cuestiones éticas y morales como una parte intrínseca de la búsqueda de conocimiento (Pritchard et al., 2011).

En lo que respecta a la investigación turística existen importantes aspectos en la gestión y la gobernanza del sector turístico que necesitan ser analizados desde una postura crítica. Si el sector turístico se sigue observando desde un enfoque exclusivamente técnico, coadyuvará a la creación de barreras aún más altas y difíciles de proteger entre una pequeña minoría de privilegiados y el resto del mundo. Es necesario incorporar una mirada crítica en el negocio del turismo para que el sector pueda enfrentarse a los grandes retos que le afectan: cambio climático, paz y terrorismo, eliminación de la pobreza, exclusión social, globalización, etc.(Tribe, 2008).

En lo que respecta al proceso de investigación, la teoría crítica en turismo pone en primer plano la dinámica emocional que afecta a todos los aspectos del proceso, analizando con atención la naturaleza ‘situada’ (contextualizada) de la investigación. Considera la reflexividad como una muestra de madurez académica y apuesta, además, por modelos interpretativos de investigación turística y un claro interés por explorar metodologías innovadoras que aporten una nueva mirada sobre el conocimiento turístico (Ateljevic, Harris, Wilson, & Collins, 2005; Hall, 2004; Tribe, 2005).

Numerosos autores se han sumado a esta fuerte corriente epistemológica y han visto cómo revistas de distintas nacionalidades e intereses acogían sus artículos. Un ejemplo aún más claro de la pujanza de esta corriente es la red de académicos que se está gestando en torno a las Conferencias sobre Estudios Críticos en Turismo (Tribe, 2010). Desde que se realizará la primera convocatoria en Dubrovnik en el año 2005, cada dos años se han dado cita en distintas ciudades europeas académicos preocupados por promover cambios sociales en, y a través de, la práctica del turismo, la investigación y la educación. El espíritu de estas conferencias reconoce la diferencia de interpretaciones acerca de lo que es considerado ‘crítico’ ya que hay muchas formas de retar los discursos y hegemonías dominantes, pero siempre creando espacios inclusivos para voces nuevas y alternativas. Además, anima explícitamente a contribuir con propuestas que demuestren enfoques teóricos y metodológicos innovadores (Tribe, 2005). Gracias a estos encuentros, las redes colaborativas que en ellos se estimulan y la producción científica que crean sus académicos, se está legitimando una escuela de pensamiento crítico en turismo.

Sin embargo, a pesar de la importancia que estos enfoques tienen para la investigación turística, el volumen de literatura crítica es aún marginal respecto al volumen total de producción académica en turismo, por lo que Tribe (2008) considera que existe un importante vacío académico que es necesario cubrir.

Ante la necesidad de un mayor interés por los estudios con enfoque crítico, un grupo de investigadores de distintas nacionalidades han hecho una llamada al mundo académico del turismo por una investigación turística crítica y esperanzadora, a la que han denominado ‘hopeful tourism’ o turismo de la esperanza.

3. EL ‘TURISMO DE LA ESPERANZA’

El ‘hopeful tourism’ o ‘turismo de la esperanza’ es “una nueva perspectiva que combina el aprendizaje co-transformativo y la acción para ofrecer un enfoque distintivo en la producción de conocimiento turístico” (Pritchard et al., 2011, p.942). Se trata de un enfoque humanista, informado por valores y basado en la reciprocidad y la ética. Busca el aprendizaje colaborativo y reconoce el poder sagrado del conocimiento indígena y la investigación apasionada.

El ‘turismo de la esperanza’ toma su nombre del libro de bell hooks (2003) “Teaching Community: A pedagogy of hope” (Pritchard et al., 2011), el cual abre con una cita de Paulo Freire, reconociendo la influencia recibida de sus pedagogías del oprimido (Freire, 1968/1970) y de la esperanza (Freire, 1993/2002). Sus precursores hacen una llamada a una academia preocupada por una investigación más social, justa y equitativa. Cada vez un mayor número de intelectuales del turismo, interesados por perseguir un conocimiento más responsable están respondiendo a estos principios. Entre ellos, ha recibido una rápida respuesta de aquellos estudiosos que se habían sentido marginados en las redes académicas tradicionales, representadas fundamentalmente por una oligarquía masculina, de raza blanca y de clase media (Pritchard et al., 2011).

“[La] comunidad de la esperanza / resistencia es un movimiento global y de amplia base de académicos del turismo que abarca una variedad de paradigmas interpretativos, críticos y emancipatorios (entre otros) sin estar limitado por ellos”. Buscan evitar los rígidos esquemas académicos que obligan a plantearse ‘esto o aquello’ e intentan sustituirlo por planteamientos más humanistas que incorporen ‘esto y aquello’ (Ateljevic et al., 2007, p.3). La validación del conocimiento dentro de este marco, se localiza en su capacidad para generar nuevas interpretaciones que aporten sentido al fenómeno social y político que esté bajo investigación (Pritchard & Morgan, 2013).

Aunque con una trayectoria muy reciente las investigaciones que siguen estas premisas empiezan a dar sus frutos con una interesante producción en estudios de género (Pritchard, Morgan, Ateljevic, & Harris, 2007). Igualmente, empiezan a tocar campos marginales hasta ahora, como la relación de ancianos (Sedgley, Pritchard, & Morgan, 2011), clases desfavorecidas (Sedgley, Pritchard, & Morgan, 2012), o discapacitados (Richards, Pritchard, & Morgan, 2010) con el sector turístico, siempre desde un punto de vista cooperativo y transformador.

Por otro lado, el ‘turismo de la esperanza’ también apuesta por romper los esquemas tradicionales en cuanto a métodos de investigación se refiere, alentando el uso de técnicas e instrumentos innovadores desde la interpretación, la reflexión y la colaboración (Ateljevic et al., 2007). Ejemplos de esta visión innovadora sobre los métodos los encontramos en los trabajos de Westwood (2007) sobre metodologías visuales o Rydzik et al. (2013) con la interesante aplicación de métodos artísticos a su investigación con trabajadoras inmigrantes en el sector turístico.

Sin embargo, también tiene detractores. Bianchi (2009) considera que el enfoque crítico se centra excesivamente en las cuestiones culturales, olvidándose de las relaciones que el sector turístico tiene con los procesos de globalización, capitalismo y poder estructural. Sin estudiar con atención las dinámicas que rigen el poder político y económico, poco podrá decir el pensamiento crítico sobre las desigualdades materiales, condiciones laborales o los patrones de degradación medioambiental.

Por otro lado, Chambers (2007) acusa al enfoque crítico de haber profundizado poco en sus postulados filosóficos, a lo que Pritchard et al. (2011) responden dotando de coherencia teórica al enfoque del ‘turismo de la esperanza’ con los siguientes cinco principios fundamentales:

1) La sociedad se caracteriza por privilegiar a unos pocos a expensas de muchos a través de estructuras objetivas de poder que abarcan los estados, los gobiernos, las clases sociales y los grupos ideológicos.
2) Reconoce la voluntad humana en la construcción de múltiples mundos a través de las intersubjetividades y de las subjetividades múltiples.
3) El modo en que se emplea el lenguaje es fundamental para el significado.
4) El consenso se forma de manera discursiva y la emancipación se logra a través de investigaciones críticas que aborden las cuestiones de ideología y poder.
5) El conocimiento se guía por los intereses sociales de modo que la naturaleza de la verdad depende de su ubicación social. Por tanto el conocimiento es producto de los contextos sociales, culturales e históricos específicos. No todo el conocimiento es relativo y dependiente de los presupuestos teóricos del investigador sino que es situado y, por ende, parcialmente cierto. Al definir una situación, nuestras definiciones tienen implicaciones directas en el desarrollo de esa situación.

Freya Higgins-Desbiolles, una figura fundamental del giro crítico y Kyle Powys Whyte, filósofo indigenista (2013), creen que a pesar de las connotaciones positivas que aportan los postulados de este marco de referencia, no entienden la necesidad de sustituir la crítica por la esperanza. ¿Esperanza para quién?, se preguntan los autores, ¿para los que quieren un mundo más justo sin darse cuenta del papel que juegan sus propios privilegios en la desigualdad? ¿Esperanza por la mejora de la calidad de vida de otros, sin cuestionarse si esos otros quieren que, quien no ha sufrido sus mismas circunstancias, se esperance por ellos? La pregunta crítica no debe ser por quién o por qué tenemos esperanza, sino cómo tenemos esperanza. El ‘turismo de la esperanza’ no enfrenta el problema de la propia naturaleza de la investigación, que a menudo ha sido vehículo de privilegio y poder en manos de una élite social. Apuesta por una co-transformación que mejore los métodos de investigación, pero no avanza en la búsqueda de soluciones para transformar las situaciones que estudia. Se trata de una investigación basada en valores, pero ¿los valores de quién? Sin incorporar los valores de la comunidad estudiada, el giro crítico se queda muy corto. Por otro lado la preocupación de Pritchard et al. (2011) por la educación se limita al contexto eurocéntrico de las universidades privilegiadas. Si vamos a inspirarnos en la obra de bell hooks o Paulo Freire, debemos regresar al concepto inicial de la pedagogía del oprimido y buscar fórmulas que promuevan la esperanza y la confianza entre los tradicionalmente dominados para cambiar la situaciones que los subyugan y paralelamente, estudiar fórmulas para que los estudiantes en contextos privilegiados reflexionen sobre sus propias posiciones de poder. Académicos y estudiantes necesitan embarcarse en proyectos dónde el poder cambie de manos y sea entregado a los sujetos para los que se trabaja: las comunidades investigadas.

Dado el valor que pueden tener las propuestas sustentadas en el ‘turismo de la esperanza’ para crear conciencia y sensibilización sobre la realidad en los estudios turísticos, las autoras de esta comunicación han basado en ellas algunos trabajos prácticos sobre turismo indígena. La información obtenida, sobre la que se está trabajando, ampliará y complementará la aproximación al tema que aquí se presenta, incorporando los actores involucrados, así como las variables tenidas en cuenta y los resultados, pudiendo

establecerse entonces una comparación con otras líneas cuantitativas y cualitativas de la investigación turística.

CONCLUSIÓN

Partiendo de la presente reflexión teórica se expone la necesidad de afrontar la investigación turística desde una perspectiva trans-disciplinaria dónde conceptos provenientes de la antropología, el marketing o la gestión se combinen para dar respuesta a las necesidades de los grupos tradicionalmente marginados, con una mirada situada, crítica y reflexiva de las realidades investigadas.

BIBLIOGRAFÍA

Ateljevic, I., Harris, C., Wilson, E., & Collins, F. L. (2005). Getting'entangled': Reflexivity and the'critical turn'in tourism studies. *Tourism Recreation Research, 30*(2), 9-21.

Ateljevic, I., Pritchard, A., & Morgan, N. (2007). *The critical turn in tourism studies: Innovative research methods*. Amsterdam: Elsevier.

Bianchi, R. V. (2009). The ‘critical turn’in tourism studies: A radical critique. *Tourism Geographies, 11*(4), 484-504.

Botterill, D. (2001). The epistemology of a set of tourism studies. *Leisure Studies, 20*(3), 199-214.

Castillo Nechar, M. (2011). Epistemología critica del turismo ¿qué es eso? *Revista Turismo Em Análise, 22*(3), 516-538. doi:http://dx.doi.org/10.11606/issn.1984-4867.v22i3p516-538

Chambers, D. (2007). Interrogating the 'critical' in critical approaches to tourism research. In I. Ateljevic, A. Pritchard & N. Morgan (Eds.), *The critical turn in tourism studies: Innovative research methods* (pp. 105-119). Oxford: Elsevier. doi:10.4324/9780080470986

Coles, T., Hall, C. M., & Duval, D. T. (2006). Tourism and post-disciplinary enquiry. *Current Issues in Tourism, 9*(4-5), 293-319.

Creswell, J. W. (2003). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Thousand Oaks, Calif. [u.a.]: SAGE Publications.

Freire, P. (1968/1970). *Pedagogía del oprimido*. México: Siglo XXI Editores, SA.

Freire, P. (1993/2002). *Pedagogía de la esperanza: Un reencuentro con la pedagogía del oprimido*. México: Siglo XXI Editores.

Hall, M. (2004). Reflexivity and tourism research: Situating myself and/with others. In J. Phillimore, & L. Goodson (Eds.), *Qualitative research in tourism: Ontologies, epistemologies and methodologies* (pp. 137-155). New York: Routledge.

Higgins-Desbiolles, F., & Whyte, K. P. (2013). No high hopes for hopeful tourism: A critical comment. *Annals of Tourism Research, 40*(1), 428-433.

hooks, b. (2003). *Teaching community: A pedagogy of hope*. New York: Routledge.

Jafari, J. (1990). Research and scholarship: The basis of tourism education. *Journal of Tourism Studies, 1*(1), 33-41.

Kincheloe, J. L., & McLaren, P. (2002). Rethinking critical theory and qualitative research. In Y. Zou, & T. E. Trueba (Eds.), (pp. 87-138). New York, NY: Rowman and Littlefield Publishers.

Phillimore, J., & Goodson, L. (2004). Progress in qualitative research in tourism: Epistemology, ontology and methodology. In J. Phillimore, & L. Goodson (Eds.), *Qualitative research in tourism: Ontologies, epistemologies and methodologies* (pp. 3-29). New York: Routledge.

Pritchard, A., Morgan, N., & Ateljevic, I. (2011). Hopeful tourism. A new transformative perspective. *Annals of Tourism Research, 38*(3), 941-963.

Pritchard, A., & Morgan, N. (2013). Hopeful tourism: A transformational perspective. In Y. Reisinger (Ed.), *Transformational tourism: Tourist perspectives* (pp. 3-14). Cambridge, MA: CAB International.

Pritchard, A., Morgan, N., Ateljevic, I., & Harris, C. (Eds.). (2007). *Tourism and gender: Embodiment, sensuality and experience*. Cambridge, UK: CAB International.

Ren, C., Pritchard, A., & Morgan, N. (2010). Constructing tourism research. A critical inquiry. *Annals of Tourism Research, 37*(4), 885-904.

Richards, V., Pritchard, A., & Morgan, N. (2010). (Re)envisioning tourism and visual impairment. *Annals of Tourism Research, 37*(4), 1097-1116.

Rydzik, A., Pritchard, A., Morgan, N., & Sedgley, D. (2013). The potential of arts-based transformative research. *Annals of Tourism Research, 40*(1), 283-205.

Sedgley, D., Pritchard, A., & Morgan, N. (2011). Tourism and ageing:A transformative research agenda. *Annals of Tourism Research, 38*(2), 422-436.

Sedgley, D., Pritchard, A., & Morgan, N. (2012). 'Tourism poverty' in affluent societies: Voices from inner-city london. *Tourism Management, 33*(4), 951-960.

Tribe, J. (1997). The indiscipline of tourism. *Annals of Tourism Research, 24*(3), 638-657. doi:http://dx.doi.org/10.1016/S0160-7383(97)00020-0

Tribe, J. (2005). New tourism research. *Tourism Recreation Research, 30*(2), 5-8.

Tribe, J. (2008). Tourism: A critical business. *Journal of Travel Research, 46*(3), 245-255.

Tribe, J. (2009). *Philosophical issues in tourism*. Bristol, UK; Buffalo, NY; Ontario, Cánada: Channel View Publications.

Tribe, J. (2010). TRIBES, TERRITORIES AND NETWORKS IN THE TOURISM ACADEMY. *Annals of Tourism Research, 37*(1), 7-33. doi:http://dx.doi.org/10.1016/j.annals.2009.05.001

Tribe, J., & Xiao, H. (2011). Developments in tourism social science. *Annals of Tourism Research, 38*(1), 7-26. doi:http://dx.doi.org/10.1016/j.annals.2010.11.012

Westwood, S. (2007). What lies beneath? using creative, projective and participatory techniques in qualitative tourism inquiry. In I. Ateljevic, A. Pritchard & N. Morgan (Eds.), *The critical turn in tourism studies: Innovative research methods* (pp. 293-316). Oxford: Elsevier. doi:10.4324/9780080470986

EL IMPACTO DEL TURISMO EN LAS COMUNIDADES LOCALES: UN TEMA PENDIENTE.

Turismo como oportunidad de desarrollo para una comunidad indígena totonaca en Veracruz, México.

Olivia Bringas Alvarado

Maestra en Promoción y Desarrollo Cultural. Directora General de Tierra y Turismo México Consultores, S.C. México

RESUMEN

La comunidad totonaca de San Antonio Ojital, ubicada en el municipio de Papantla del estado de Veracruz México, ha decidido actuar para generar su propio desarrollo. Se han organizado para emprender su propia empresa turística, toda vez que cuentan con un rico patrimonio natural y cultural enmarcado en la riqueza del sitio arqueológico de El Tajín, el ritual de la danza de los Voladores, la Vainilla de Papantla, gastronomía, artesanía, danza, medicina tradicional, entre otros.

Para conocer la viabilidad de su proyecto “Ecoturismo Totonaca Lankasipi[1]”, se aplicó una mezcla metodológica con adecuaciones y variantes efectuadas específicamente para las necesidades del contexto en que se enmarca el proyecto turístico.

Se analizaron aspectos socioculturales, ambientales, técnicos y económicos bajo criterios de sustentabilidad.

Para la parte del diagnóstico se revisaron fuentes bibliográficas, un diagnóstico exploratorio mediante el cual se aplicaron encuesta y entrevista entre la población local y un diagnóstico participativo.

Como parte del proceso, se integra además, un estudio de mercado, análisis ambiental, diseño del producto turístico, análisis financiero, entre otras secciones que forman parte integral del mismo.

Se puede concluir que “Ecoturismo Totonaca Lankasipi” promete un desarrollo para una comunidad en estado de pobreza, pero que por sus mismas condiciones, la dificultad de contar con los recursos financieros para implementar su proyecto, es la parte pendiente de resolver.

Palabras clave: Turismo, comunidad, pobreza, desarrollo.

[1] Cerro Alto

ABSTRACT

The Totonac community of San Antonio Ojital, located in Papantla Veracruz in Mexico, has decided to act to generate their own development. They have been organized to undertake its own tourism project. They have a rich natural and cultural heritage embodied in the archaeological site of El Tajin, the ritual dance of the Voladores, Vanilla Papantla, food, crafts, dance, traditional medicine, among others.

For the viability of their project "Ecotourismo Totonaca Lankasipi" a methodological mixture with adaptations and variations were applied specifically for the needs of the context.

Sociocultural, environmental, technical and economic criteria of sustainability aspects were analyzed.

For the part of the diagnosis, it was reviewed bibliographic sources, an exploratory survey in which diagnosis and interview the local population and a participatory diagnosis was applied.
The study also integrates with market research, environmental analysis, tourism product design, financial analysis, among other sections that integrate it.

It can be concluded that "Ecotourism Totonac Lankasipi" promising development for a community in poverty, but by their own conditions, the difficulty of having the financial resources to implement the project, is the slope of resolve.

Keywords: Tourism, community, poverty, development.

1. TURISMO COMO OPORTUNIDAD DE DESARROLLO PARA UNA COMUNIDAD INDÍGENA.

1.1. Introducción

El presente documento es parte del resultado de un completo Plan de Negocios que se realizó para la comunidad totonaca de San Antonio Ojital (SAO), municipio de Papantla en el estado de Veracruz, con el fin de conocer la viabilidad del proyecto “Ecoturismo Totonaca Lankasipi”.

El proyecto turístico ha sido planteado con base en los factores culturales que son la base del desarrollo debido a que potencian los recursos existentes, fortalecen a las comunidades y a las personas, hacen sostenibles los procesos y otorgan un rostro humano al progreso (Olmos 2004:83). El plan de negocios atiende a la necesidad de acceder a los recursos financieros de una comunidad que ha decidido emprender su empresa turística a partir de su amplia gama de recursos turísticos y su propio trabajo como aportación al proyecto. Desde el año 2012 parte de los habitantes de la comunidad, iniciaron con el proceso de integrarse como grupo organizado, sin embargo fue hasta el año 2014 que contaron con un apoyo para la elaboración de la primera fase de su proyecto. La Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas (CDI) de México, fue la instancia que apoyó para tal fin.

Algunos problemas o necesidades de las comunidades urbanas, rurales o indígenas son demasiado evidentes y urgentes (Ander-Egg, 2000:21), como es el caso de SAO que muestra grandes carencias sociales, económicas y de diversa índole, como para esperar la conclusión de una serie de estudios previos; es una razón poderosa para la intervención y directamente iniciar con un proyecto turístico una vez analizados aspectos generales aunado a sus antecedentes y enmarcación turística en la zona de monumentos arqueológicos de El Tajín declarado por la UNESCO como patrimonio de la humanidad.

1.2. Proyecto "Ecoturismo Totonaca Lankasipi" de la Comunidad de San Antonio Ojital, municipio de Papantla, Veracruz.

1.2.1. Características locales.

La comunidad de SAO se ubica a un lado de la poligonal que abarca la Zona de Monumentos Arqueológicos de El Tajín (ZMAET), en el municipio de Papantla, en la Sierra Madre Oriental que recibe el nombre de sierra de Papantla, en el estado de Veracruz. Sus coordenadas son 20°27´37.86" N y 97°21´50.58" O, con una elevación de 237 msnm.

1.2.2. Antecedentes.

La Ley Federal de 1972 considera la creación de monumentos arqueológicos e históricos y convierte a estas zonas en áreas en las que los criterios de conservación del patrimonio cultural determinan su conformación y desarrollo.

En el año 2002 se desarrolló una intensa movilización de cinco comunidades: El Tajín, SAO, Ojital Viejo, Ojital Nuevo y San Lorenzo Ojital, asentadas en la ZMAET, por la declaratoria federal que protege un área de 1221 hectáreas.

Las casas en donde antes habitaban los pobladores de SAO se encontraban distribuidas de forma dispersa en los alrededores y entre el área de la ZMAET. La declaratoria motivó cambios en su dinámica social, económica y cultural a raíz de su reinstalación a otros espacios territoriales que abarcan ahora la parte noroeste de la poligonal de la ZMAET. De alguna manera u otra, los pueblos marginados se hacen más visibles y presentes (Siliceo, González, 2004:4) a partir de ciertos procesos de desarrollo, como es el caso en SAO, traen consigo impactos que se tradujeron en una reducción de las opciones de ocupación, pues algunos no lograron adquirir nuevamente tierras para trabajar el campo, por lo que han tenido que emplearse a diario en zonas urbanas de Papantla y de la ciudad de Poza Rica.

Según estudio socio económico y cultural realizado en la comunidad por un equipo interdisciplinario de la ZMAET, SAO tiene 238 personas, donde el 49.16 % son hombres y el 50.84 % son mujeres. La población mayor de 18 años es de 141 personas y en el lugar hay 45 viviendas.

La población económicamente activa en la localidad de SAO es de 71 personas (29.83% de la población total); se reparten en las siguientes actividades: 50 personas en el sector primario; agricultura, explotación forestal, ganadería, minería, pesca. En el sector

secundario; construcción, electricidad, gas y agua e industria manufacturera 7 personas. En el sector terciario; comercio, servicio y transportes se ocupan 13 personas.

El nivel de ingresos se anota en menos del salario mínimo 15 personas, un salario mínimo 23 y de uno a dos salarios mínimos 29 personas.

Carecen de agua potable, se aprovisionan de 2 pozos comunitarios, manantiales y sistemas de captación de agua de lluvia que proporcionó la SEDESOL en diciembre de 2013. Se cuenta con el servicio de luz eléctrica desde 2006. El servicio de transporte no existe. Los servicios médicos son proporcionados por un médico que visita la comunidad esporádicamente.

El problema de la tenencia de la tierra es uno de los más agudos, esto ha ocasionado que la comunidad carezca de tierra para la producción.

La pequeña producción agrícola que se realiza en las propiedades que aún se conservan, se produce naranja, plátano, vainilla, pimienta, limonaria, tepejilote, durazno y papaya. Los productos son comercializados en la ciudad de Papantla y en la zona arqueológica.

La milpa[2] que se produce en la comunidad es reducida, casi todos compran su maíz para el consumo humano y animal.

Las artes y las artesanías son un recurso valioso para la actividad económica de la comunidad.

El volador y los huahuas son dos danzas tradicionales de la región totonaca de SAO.
La situación en general antes descrita que guarda la comunidad, ha sido la causa de la migración de sus pobladores, principalmente a Poza Rica y otras ciudades del estado y en algunas ocasiones, al extranjero.

1.2.3. El plan de negocios para el proyecto.

El proyecto, cuando pretende adaptarse a una realidad factible, no se puede construir o diseñar al margen de la realidad de la organización que va a asumir su desarrollo (Martinell, 2001:34), por eso fue que desde un principio, se realizó un trabajo participativo con la comunidad. El hecho de definir el proyecto como comunitario es que el beneficio de la actividad turística se verá reflejado entre la comunidad, sin que signifique necesariamente entre todos sus habitantes (Guereña, Calderón, 2005:53). Fue necesario la intervención de un equipo multidisciplinario de especialistas, para iniciar el proceso de trabajo y poder acceder a la oportunidad que brindan los programas federales de apoyo para la población indígena en México.

En este caso, es la Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas (CDI) la instancia que año con año abre la convocatoria para acceder a los recursos necesarios para iniciar una empresa turística indígena.

---

[2] Milpa (del náhuatl *milli*, parcela sembrada y *pan*, encima), de manera general, al ambiente modificado o sistema agrícola donde el cultivo principal es el maíz, al que se asocian otras especies domesticadas de frijol, calabazas, chiles, tomates, entre otras.

El objetivo general del plan de negocios es analizar los diferentes aspectos para diseñar un proyecto de ecoturismo que resulte factible, redituable y sustentable, integrando el senderismo, la gastronomía tradicional totonaca, artesanía local, promoción del uso de la herbolaria, cuidado al medio ambiente, difusión y divulgación de la cosmovisión de la cultura totonaca; orientado a mercados a escala regional, nacional e internacional, con el fin de contribuir al desarrollo sustentable de la comunidad de SAO.

1.2.4. Los recursos y productos turísticos del proyecto.

Según Valls referido por Mediano, 2004:62, la atracción de los recursos ya sean naturales o producidos por el hombre son los responsables de la elección de un destino por parte del turista, de esta manera se identificaron y evaluaron recursos naturales, culturales, realizaciones artísticas, entre ellos destacan símbolos importantes que definen su identidad cultural como la Ceiba, el palo del volador, las danzas, gran variedad de flora y fauna, el patrimonio cultural de la Zona de Monumentos Arqueológicos de El Tajín, pozos petroleros históricos, la vestimenta de mujeres y hombres totonacas que se confecciona a base de tela de manta tanto para hombres y mujeres, la lengua totonaca, artesanías, baños de temazcal, gastronomía tradicional, festividades religiosas, rituales, medicina tradicional, leyenda del trueno, leyenda de El Tajín, leyenda de Quetzalcóatl, juego de pelota entre otros muchos más. Son muchos los recursos identificados en SAO que pertenecen a un patrimonio intangible, que vienen a ser aquella parte invisible que reside en el espíritu mismo de las culturas (Zorrilla, 2010:57), de tal manera que su producción turística requiere directamente de la intervención y participación de la comunidad.

Parte de la conformación del producto turístico, es el servicio guiado en el Sendero Totonaca y Restaurante tradicional ubicado en la comunidad de SAO.

1.2.5. Análisis de mercado.

Para conocer la demanda posible para el proyecto ecoturístico, se aplicó el instrumento de encuesta y entrevista, entre la población y turistas de El Tajín, Papantla y Poza Rica.

Análisis de la oferta. El Municipio de Papantla se encuentra ubicado en la zona norte del Estado de Veracruz, a 320 km. de México D.F. (3 hrs.); a 270 km. de Xalapa, la capital del Estado; a 258 km. del Puerto de Veracruz, a 270 km. de Tampico Tamaulipas y a 26 km. del Aeropuerto de Poza Rica. Papantla es vértice de varias vías de comunicación modernas.

Los principales atractivos turísticos son: La zona de monumentos arqueológicos de El Tajín; Museo de Sitio en la zona arqueológica; La zona arqueológica de Cuyuxquihui; Rancho Playa – Playa semi virgen (17 Km. de Costa); Mural “Homenaje a la Cultura Totonaca”; Parque Israel C. Téllez; Monumento al Volador; Museo Teodoro Cano; Iglesia de Nuestra Señora de la Asunción; Iglesia de Cristo Rey.

Así mismo en los últimos cuatro años ha logrado tener presencia en las páginas oficiales de la Secretaría de Turismo Federal, en prensa local y estatal.

Papantla no solo es reconocido a nivel mundial por contar con la denominación de origen de “Vainilla de Papantla” sino también por contar con tres patrimonios de la humanidad reconocidos por la UNESCO como son: Zona Arqueológica El Tajín, Ceremonia Ritual de los Voladores de Papantla y el Centro de Artes Indígenas en el rubro de “buenas prácticas”. Análisis de la demanda. El municipio de Papantla recibe 360,000 visitas anualmente, con una ocupación hotelera promedio anual de 65 % y del 70 al 100 % de ocupación durante las festividades. (Información proporcionada por la Dirección de Turismo Municipal).

Por otro lado, la zona arqueológica de El Tajín, según cifras del Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH) recibe anualmente 368,338 visitantes.

El Festival Cumbre Tajín, que se lleva a cabo en el Parque Temático Takilhsukut en el Municipio de Papantla desde hace 15 años, incentiva al sector turístico al incrementar la ocupación hotelera hasta el 100% con un promedio de 7,524 huéspedes/noche y un 80% de aumento en la Actividad Económica.

1.2.6. Organización.

La estructura organizativa de la empresa turística se integra por un cuerpo honorario: La Asamblea General es el máximo órgano de autoridad, consejo de vigilancia, comité de administración y finanzas, comité de difusión y vinculación y el comité de desarrollo e innovación.

Los puestos de trabajo remunerado son: administrador; supervisor de alimentos y bebidas; supervisor de recorridos y senderos; recepción, ventas y caja general; promotor de ventas; cocineras; asistentes de cocina; meseras; intendente y mantenimiento; guías turísticos y auxiliar en recorridos.

1.2.7. Promoción y Comercialización del producto turístico.

El significado de la palabra “Lankasipi”, proviene de la lengua totonaca que significa “cerro alto”. Para definir la imagen que habría que representar el producto turístico Lankasipi, se realizaron talleres participativos donde la gente de la comunidad dio la pauta para el diseño de su imagen turística.

Para promover y posicionar el producto se atenderá a los diversos canales de comunicación existentes como son: página web, redes sociales, presencia en ferias y exposiciones, festivales, alianzas con empresas, promoción turística municipal, estatal y federal, prensa, televisión, prensa escrita, prensa virtual, revistas especializadas y muchos medios más que están accesibles y solidarios con el proyecto comunitario.

1.2.8. Financiamiento del proyecto.

El plan de negocios se inició y quedó concluido en 2014. La parte a resolver ahora, es si podrán contar con el recurso necesario para la implementación de su proyecto.
Por otra parte, la existencia de pozos petroleros en la zona, hace de la empresa paraestatal Petróleos Mexicanos (PEMEX) una posible fuente de apoyo para complementar sus necesidades financieras.

1.2.9. Capacitación y asistencia técnica.

Un aspecto importante para el éxito de un proyecto turístico es la parte de las capacitaciones que las personas involucradas requieren. Aspectos que van desde el reconocimiento de sus propios valores identitarios hasta como saber administrar el negocio, trabajo en equipo, resolución de conflictos, conocer la normatividad que rige para su proyecto, manejo de los alimentos, ecotecnias, elaboración de productos tradicionales, fortalecimiento de la cultura totonaca, creación de marcas, entre otros para lograr calidad en el producto turístico.
La asistencia técnica y acompañamiento constante hasta el momento en que las personas que participarán en la empresa turística estén listas para prestar el servicio, es imprescindible, es por eso que se debe de atender este aspecto desde el inicio del plan; en este sentido, aún existen enormes lagunas dentro de los programas que pueden ser la causa de que organizaciones locales ejecutoras de los proyectos, desisten, dando por resultado el desaprovechamiento turístico de la gran riqueza natural y cultural que poseen.

1.3. Conclusión.

El turismo como alternativa de desarrollo para una comunidad indígena es a veces de las pocas opciones que tienen, como es el caso de la comunidad totonaca de SAO. Sin embargo no es suficiente contar con recursos turísticos extraordinarios para hacer turismo, sino que se requiere de la conjunción de varios aspectos: desde contar con una base organizativa surgida por la iniciativa de un auténtico liderazgo local hasta una política pública que derive en programas dirigidos específicamente a cubrir las necesidades que la población objeto tiene.

Entre estas variables para su avance a un desarrollo sostenible, se necesita una serie de aspectos entre ellos, programa de capacitaciones específicamente diseñado a sus necesidades, trabajo en equipo, asistencia técnica, acompañamiento y seguimiento constante hasta contar con el producto turístico que se inserte pertinentemente a un mercado para que finalmente se encuentre el hilo conductor hacia el círculo virtuoso: comunidad - turismo - desarrollo - sustentabilidad.

BIBLIOGRAFÍA

ANDER-EGG, E. (2009). *Metodología y práctica del desarrollo de la comunidad*. Argentina.

BARRERA, E.; BRINGAS A., OLIVIA (2009). *"La ruta de la sal prehispánica de Zapotitlán Salinas". Una estrategia de desarrollo comunitario basada en los alimentos con identidad. Revista Cultura, Tecnología y Patrimonio*. México.

CARABALLO PERICHI, CIRO (2011). *"Patrimonio Cultural. Un enfoque diverso y comprometido". UNESCO. Primera edición.* México.

CONVENCIÓN SOBRE LA PROTECCIÓN DEL PATRIMONIO MUNDIAL, CULTURAL Y NATURAL (1972). *UNESCO.*

GIMÉNEZ MONTIEL, G. (2003). *Teoría y Análisis de la Cultura*. Colección Intersecciones (Vol. uno y dos). CONACULTA. ICOCULT. México.

GUEREÑA, A., CALDERÓN, G. (2005). *Turismo Rural comunitario en Costa Rica. La experiencia del programa de pequeñas donaciones y grupos socios.* Programa de pequeñas donaciones del PNUD. Primera edición. San José, Costa Rica.

MARTINELL, ALFONS (2001). *Diseño y elaboración de proyectos de cooperación cultural.* Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura. Madrid, España.

MEDIANO SERRANO, LUCÍA (2004). *Gestión de Marketing en el Turismo Rural.* Pearson Educación, S.A. Madrid, España.

OLMOS, HÉCTOR ARIEL (2004). *Cultura: El sentido del desarrollo.* Colección Intersecciones. CONACULTA. México.

PLAN NACIONAL DE DESARROLLO 2013-2018. México.

SILICEO AGUILAR, A., GONZÁLEZ MARTÍNEZ, J. (2004). *Pasión por el Futuro. Nueva planeación estratégica fundada en valores.* McGraw-Hill Interamericana Editores, S.A. de C.V. México.

ZORRILLA, ALEJANDRA (2010). *El Tiempo y el espacio del turismo cultural.* Colección Intersecciones. Consejo Nacional para la Cultura y las Artes. México.

EL IMPACTO DEL TURISMO EN LAS COMUNIDADES LOCALES: UN TEMA PENDIENTE

Percepciones e impactos turísticos en tres pequeñas localidades mexicanas

Anna María Fernández Poncela

Universidad Autónoma Metropolitana/Plantel Xochimilco, México DF. México

RESUMEN

Se presenta la mirada ciudadana de tres localidades pequeñas mexicanas de tres estados de la República, Huasca de Ocampo (Hidalgo), Malinalco (Estado de México) y Tlayacapan (Morelos), en torno a la actividad turística. Se muestran sus percepciones, opiniones, valoraciones y actitudes sobre el tema a través de una encuesta en cada localidad a la población residente. Lo cual contrasta con los discursos de las políticas federales, estatales y municipales del turismo que presentan a éste como la panacea del crecimiento económico y el desarrollo social local. La valoración del turismo siempre acaba siendo positiva, sin negar los perjuicios que se apuntan, pero subrayando los beneficios económicos y minusvalorando las pérdidas de otros ámbitos, y en eso coinciden discursos oficiales y población local.

Palabras clave: Turismo, percepciones, impactos, localidades pequeñas, México.

ABSTRACT

This text presents the look citizen of three mexican small towns in three states of the Republic, Huasca de Ocampo (Hidalgo), Malinalco (State of Mexico) and Tlayacapan (Morelos), about his own people and around tourism too. Their perceptions, opinions and assessments on the subject through a thirty interviews at each location and a survey in each locality to the resident population are. Which contrasts with federal, state and municipal tourism policies and their hard data, documents and interviews on the subject. Assessment of tourism always just be positive, without denying the harm, but emphasizing the economic benefits and underestimating the losses in other areas, and in that match authorities and the local population.

Keywords: Tourism, perceptions, impacts, small towns, Mexico.

1. EL TURISMO EN MÉXICO HOY

Unas pinceladas muy generales sobre el turismo en el país con objeto de enmarcar los estudios de caso presentados. Se trata de una actividad y fenómeno que crece en el mundo, en América Latina, y por supuesto, en México. El gobierno lo considera prioridad nacional y la opción en estos momentos para el crecimiento económico y el desarrollo social, cuando los ingresos en las arcas del estado por concepto de petróleo y de remesas disminuyen.

Cifras oficiales afirman que en 2014 el turismo significó para el país 16,257 mil millones de dólares y 29.1 millones de visitantes internacionales (SECTUR, 2015). También el turismo nacional parece incrementarse, lo mismo que el turismo en interior y en pequeñas poblaciones (SECTUR, 2013).

2. HUASCA DE OCAMPO, MALINALCO Y TLAYACAPAN

Sobre las poblaciones estudiadas, Huasca de Ocampo es uno de los 84 municipios hidalguenses, situado el noroeste de la Sierra de Pachuca y al oeste del Valle de Tulancingo. Está a 34 Km de la capital del estado Pachuca; su población está dispersa y tiene 63 localidades.

Malinalco se encuentra en el eje Neovolcánico transversal y la Sierra Norte del estado de Morelos, al sur y occidente del estado de México, al cual pertenece, siendo uno de los 125 municipios del mismo. El municipio posee 48 localidades, y se encuentra a 65Km de Toluca la capital del estado.

Tayacapan es uno de los 33 municipios del estado de Morelos. Se encuentra en la parte noroeste del mismo rodeado de un cadena de cerros y a 60 Km de la capital estatal, Cuernavaca. El municipio cuenta con 38 localidades.

Con objeto de mostrar un breve, rápido y ágil panorama se presenta un cuadro de datos básicos (Cuadro 1).

Cuadro 1 Datos básicos

	Huasca (Hidalgo)	Malinalco (Estado de México)	Tlayacapan (Morelos
Nombre	"Lugar de pájaros, agua, vegetación y alegría" o "Lugar en que se hacen las preciosas mantas de algodón"	"Hierba retorcida" o "zacate de carbonero", "lugar de Malinalxóchitl" (hermana de Huitzilopochtli)	"Nariz de la tierra" o "Sobre lo alto de la tierra"
Origen población	1558 ya hay encomienda 1591 República de indios 1869 fundación	Habitado desde antiguo Año 600 1501 Zona arqueológica Aztecas 1533 llegan los agustinos	Habitado desde antiguo 1521 Cortés combatió con los nativos 1539 sometido 1533 llegan los agustinos
Superficie (Km2)	305.80	217.99	52.136
Habitantes municipio	17.182	25.624	16.543

Habitantes cabecera municipal	538	8.045	7.989
Gobierno local actual	PRI (2012-15)	PRI (2012-15)	PRI (2012-5)
Fecha nombramiento Pueblo Mágico	2001	2010	2011
Atributos naturales	Prismas Basálticos, Parques Ecoturísticos Bosque de las truchas San Miguel Regla, bosques, peñas, paisajes, etc.	Cerros, senderos miradores, cavernas, paisajes	Los cerros, paisajes
Atributos culturales tangibles	Ex Haciendas del siglo XVIII Centro Histórico Museo de los Duendes	Ex Convento Agustino siglo XVI Capillas de barrio Centro Histórico Zona Arqueológica Cuauhtinchan (casa de las águilas) Museo Universitario Luis Mario Schneider Museo vivo "Los bichos" Corredor gastronómico de las truchas	Ex Convento Agustino siglo XVI Capillas de barrio Centro Histórico
Atributos culturales intangibles	Fiestas Semana Santa, Patrón San Juan Bautista, etc. Festival Medieval y cultural Festival de la Trucha y Torneo de pesca	Semana Santa, Equinoccio de Primavera, Santo Patrón el Divino Salvador, Solsticio de Invierno, fiestas patronales de los barrios	Fiestas Semana Santa, el Carnaval, Santo Patrón San Juan Bautista, fiestas patronales de los barrios, la Santa Cruz Banda de Música de Tlayacapan (1870) El Chinelo (cuna y origen)

Fuente: elaboración propia con base a diversos documentos.

3. HIPÓTESIS Y OBJETIVO

La hipótesis de la que se parte y guía este estudio es que el imaginario turístico hegemónico permea las visiones de todos los actores sociales implicados en dicha actividad, e incluso se filtra en las percepciones y actitudes sociales de los habitantes de los destinos turísticos no implicados directamente en la misma. De ahí que la percepción social subraya la importancia y los impactos positivos.

El objetivo de este trabajo es obtener, presentar y analizar las voces y miradas, las percepciones, opiniones y valoraciones de la población de tres localidades turísticas sobre el ejercicio de la actividad turística en su lugar de residencia.

4. METODOLOGÍA

El estudio empírico que se trae a estas páginas se centra en tres encuestas realizadas en las poblaciones objeto de estudio[1]. La encuesta aplicada en Huasca de hizo a población mayor de edad –más de 18 años- y residentes en todo el municipio que se encontraban en la cabecera municipal y alrededores, por tratarse de una localidad muy reducida en cuanto a población -42% de la muestra sí residía en la misma-. El tamaño de la muestra fue de 175 175 casos –con un margen de error de + - 6 y un nivel de confianza de 90%- para una población total de 17,182 según el censo de INEGI (2010). En cuanto al perfil de la población encuestada: 57% mujeres y 43% hombres; 38% de 18 a 34 años, 29% entre 35 y 49 años y 34% de 50 años y más. El nivel de estudios: 35% de primaria, 33% secundaria, 17% bachillerato, 9% universidad, 3% estudios técnicos y 2% sin estudios. Ingresos: 58% medio y 42% bajo.

Sobre la encuesta de Malinalco, se aplicó también a personas de 18 años y más, en la cabecera municipal a residentes de la misma, la cual cuenta con 8,045 habitantes (Censo, 2010). El tamaño de la muestra fue de 192 personas, con un margen de error de +-6 y un nivel de confianza de 90%. Respecto del perfil de la población encuestada: la mitad estuvo compuesta por hombres, la otra mitad por mujeres, y hubo tres grupos etarios, cada uno de ellos congregó a un tercio de la muestra: de 18 a 34 años, de 35 a 49 y de 50 años o más. Con relación al nivel de estudios: 35.94% de primaria, 28.13% secundaria, 15.10% bachillerato, 5.73% estudios técnicos, 10.94% universidad y 4.17% sin estudios. Sobre los ingresos: 53.65% medio, 45.83% bajo y 0.52% alto.

En cuanto a la encuesta de Tlayacapan, también fue a población mayor de edad residente en la cabecera municipal. El tamaño de la muestra de 214 personas –un margen de error de + - 6 y un nivel de confianza de 90%- para una población total de 16,543 según el censo de INEGI (2010). La muestra al final quedó conformada por un total de 214 personas. De ella 51.40% fueron mujeres y 48.60% hombres; 33.64% de 18 a 34 años, 32.24% entre 35 y 49 años y 34.11% de 50 años y más. Nivel de estudios: 7.01%sin estudios, 26.64% de primaria, 32.24% secundaria, 21.50% bachillerato, 5.14% estudios técnicos y 7.48% universidad. Ingresos: 64.49% medio y 32.71% bajo y 5% algo.

5. IMAGINARIOS TURÍSTICOS HEGEMÓNICOS

Si bien es éste un trabajo sobre percepciones sociales, como a continuación veremos por los resultados obtenidos en los estudios de caso, el tema abordado bebe de los imaginarios hegemónicos sobre el turismo reinante en el país. Esto es, los discursos oficiales de autoridades políticas de los tres niveles de gobierno –federal, estatal y municipal-, de los financieros y empresarios privados, de los planes y proyectos, desde el Plan de Desarrollo Nacional (2013) y el Programa Sectorial de Turismo (2013) –por citar sólo los últimos y vigentes- del país, pasando por los planes de los estados y llegando a los Programas de Desarrollo Municipal y Reglamentos Municipales, sin olvidar la Ley General de Turismo (2009), ni el Programa Pueblos Mágicos (2001) en el cual se inscriben las tres localidades objeto de estudio de este trabajo.

[1] El trabajo de las encuestas contó con la colaboración de Francisco Vázquez y Pedro Canales, a los cuales agradezco.

De ahí que es posible afirmar que se trata de un “imaginario del turismo” compartido como discurso en cuanto a contenido y creencia. Sobre este concepto, se toma en cuenta la definición de Castoriadis (1983; 1988), como simbolización cultural, que implica pensamientos, sentimientos y acciones colectivas e individuales, aunando lo social con los psicológico, lo cultural con lo afectivo. Más en concreto este autor habla de una urdimbre de significaciones imaginarias que mantiene unida a la sociedad, dan sentido, la orientan y dirigen, una suerte de magma de significaciones imaginarias como una construcción social histórica. Por su parte Durand (2000; 2012) también menciona lo de significaciones imaginarias, sin embargo, se centra más en símbolos e imágenes que representan la realidad, donde también tiene cabida lo inconsciente y lo emocional de las mimas. Pare resumir, imaginarios como esquemas de representación, interpretaciones de la realidad, creación social de sentido, que construyen simbólicamente –memoria, experiencia, realidad- desde el origen de lo social, proporcionan identidad profunda y fuerte cohesión social al ser entidades culturales amplias de larga duración con un componente mítico, emotivo y movilizador –deseos, proyectos, utopías-.

En el caso que nos ocupa dichos imaginarios del turismo permean todos los grupos y sectores sociales y aparecen en los testimonios sobre las percepciones, opiniones, valoraciones y actitudes de la población consultada en torno al turismo. Una mirada que concuerda con el discurso de documentos oficiales y entrevistas a autoridades políticas y empresarios del sector. Y que puede resumirse en la concepción del turismo como impulsor del crecimiento económico y desarrollo regional, generación de empleo y sustentable, beneficioso para la sociedad y economía de las comunidades locales receptoras, toda vez que revaloriza los atributos de la cultura local y contribuye a su preservación (PDN, 2013; PST, 2013; PPM, 2006).
Esta visión oficial –y como veremos también popular- no concuerda con algunos enfoques generales y estudios de casos particulares. Si desde el estado y el mercado la posición es la anteriormente mencionada. Desde la academia hay un poco de discusión al respecto. Como señala Canclini (2007) hoy hay dos posiciones enfrentadas en cuanto al turismo cultural –que es el que ocupa estas páginas- entre la visión paranoica del tradicionalismo para la que todo cambio es amenaza y el turismo mercantiliza y frivoliza el patrimonio, y la visión utilitarista que señala la generación de inversión, empleos y riqueza revitalizando la economía del lugar donde llega. En este mismo sentido otros análisis e interpretaciones apuntan a que si bien en general los impactos del turismo son negativos para algunos sectores sociales y para el medio ambiente siempre, no es menos cierto que esto es resultado de los modelos turísticos implementados. Por lo que es posible pensar que otro tipo de gestión como el turismo creativo, sustentable o alternativo –o como se le quiera denominar- que parta más de los intereses comunitarios y sea participativo puede contribuir al desarrollo local (Gascón y Cañada, 2005). En este sentido el turismo tiene impactos positivos y negativos en función de cómo es planificado, desarrollado y gestionado (GITDTS, 2009). Otra cosa es que el desarrollo sea posible (Escobar, 2012).

6. PERCEPCIONES E IMPACTOS DEL TURISMO

Volviendo a nuestro estudio de caso y pese a que el imaginario turístico, como se dijo, tiene mucho que ver con el discurso hegemónico oficial, también tiene en cuenta los impactos negativos, no obstante no los valora tan negativamente al parecer frente a los positivos, a juzgar por los resultados obtenidos como veremos.

Para empezar a la población consultada sí le gusta que lleguen turistas entre 84.58 y 95.31% (Cuadro 2). Consideran el turismo muy importante de 62.50 a 75% o importante de 22 a 35.41% (Cuadro 3). Además señalan los habitantes de los pueblos encuestados que el turismo ha aumentado (Cuadro 4). Por otra parte, se observa un elevado consenso en el sentido que es beneficioso, de 80.73 a 87% (Cuadro 5). Hay pues una clara opinión y valoración favorable del turismo, su importancia y beneficios para el caso de las tres localidades consultadas al respecto.

Cuadro 2 ¿A usted le gusta que lleguen turistas?

	Huasca	Malinalco	Tlayacapan
Sí	91%	95.31%	84.58%
No	3%	1.56%	7.94%
Indiferente	6%	3.13%	7.48%
Total	100%	100.00%	100.00%

Fuente: Encuesta Huasca, 2014; Encuesta Malinalco, 2014; Encuesta Tlayacapan, 2015.

Cuadro 3 Según usted ¿qué tan importante es el turismo?

	Huasca	Malinalco	Tlayacapan
Muy importante	75%	62.50%	69.63%
Importante	22%	35.41%	25.70%
Nada importante	2%	2.08%	4.67%
Total	100%	100.00%	100.00%

Fuente: Encuesta Huasca, 2014; Encuesta Malinalco, 2014; Encuesta Tlayacapan, 2015.

Cuadro 4 En los últimos años (el turismo)

	Huasca	Malinalco	Tlayacapan
Ha aumentado	60%	58.85%	84.11%
Ha disminuido	33%	32.81%	13.08%
Sigue igual	2%	4.69%	0.93%
Ambos	3%	2.60%	1.87%
No sabe	2%	1.04%	100.00%
Total	100%	100.00%	84.11%

Fuente: Encuesta Huasca, 2014; Encuesta Malinalco, 2014; Encuesta Tlayacapan, 2015.

Cuadro 5 ¿Usted cree que el turismo beneficia o perjudica?

	Huasca	Malinalco	Tlayacapan
Beneficia	87%	80.73%	84.11%
Perjudica	4%	4.69%	14.49%
Ninguna	1%	14.06%	0.93%
Ambas	7%	0.52%	0.47%
No sabe	1%	100.00%	100.00%
Total	100%	80.73%	84.11%

Fuente: Encuesta Huasca, 2014; Encuesta Malinalco, 2014; Encuesta Tlayacapan, 2015.

Una vez revisado el turismo en general, otra batería de preguntas giraba sobre un programa turístico federal aplicado en la localidad. Sobre el cual también un elevado porcentaje de

95.33 a 96% sabían de su existencia y del nombramiento en su pueblo en concreto (Cuadro 6). Igual en las tres localidades en general se desconoce en qué consiste dicho programa, entre el 68.69 y el 85.85% (Cuadro 7).

Cuadro 6 ¿Sabe que su pueblo fue nombrado Pueblo Mágico?			
	Huasca	Malinalco	Tlayacapan
Sí	96%	95.83%	95.33%
No	4%	4.17%	4.67%
Total	100%	100.00%	100.00%

Fuente: Encuesta Huasca, 2014; Encuesta Malinalco, 2014; Encuesta Tlayacapan, 2015.

Cuadro 7 ¿Sabe en qué consiste el programa de Pueblos Mágicos y sus actividades?			
	Huasca	Malinalco	Tlayacapan
Sí	27%	13.02%	29.44%
No	69%	83.85%	68.69%
No contestó	3%	3.13%	1.87%
Total	100%	100.00%	100.00%

Fuente: Encuesta Huasca, 2014; Encuesta Malinalco, 2014; Encuesta Tlayacapan, 2015.

Un par más de interrogantes muy importantes para el tema que nos ocupa en estas páginas es la consideración si el programa beneficia o perjudica y por qué, esto es una pregunta cuantitativa cerrada con una segunda parte cualitativa abierta. En general, se considera en los tres lugares que el programa beneficia, de 66.15 a 83% de las personas consultadas así opinan (Cuadro 8). Por lo que se mantiene la valoración positiva de la turistificación de su pueblo.

Cuadro 8 ¿A su consideración beneficia o perjudica el nombramiento de Pueblo Mágico?			
	Huasca	Malinalco	Tlayacapan
Beneficia	83%	66.15%	82.24%
Perjudica	5%	17.19%	15.89%
Ninguna	1%	10.94%	0.47%
Ambos	8%	5.73%	1.40 %
No sabe/No contestó	4%	100.00%	100.00%
Total	100%	66.15%	82.24%

Fuente: Encuesta Huasca, 2014; Encuesta Malinalco, 2014; Encuesta Tlayacapan, 2015.

Ya sobre la explicación de en qué beneficia, la población se centró básicamente en la atracción de más turismo y por consiguiente más empleo e ingresos en cuanto a cuestión económica por un lado y mayoritariamente según el número de respuestas recabadas. En segundo lugar el que se observa una mejoría en la imagen e infraestructura urbana. En los perjuicios observados está la contaminación, basura, precios que se elevan, aumento de la inseguridad, y la mala distribución de las ganancias que solo benefician a un grupo no a todo el pueblo, esto último con cierta insistencia (Cuadro 9)

Cuadro 9 ¿Por qué? (Beneficia o perjudica)(Enumeración realizada con base al análisis semántico de la respuesta abierta cualitativa, debido a que se trata de narraciones explicativas no ha podido cerrarse de forma cuantitativa)			
	Huasca	Malinalco	Tlayacapan
Beneficia	Atrae turismo y viene más gente Más trabajo, más ventas	Atrae turismo y viene más gente Más empleo, más comercio	Atrae al turismo, hay más turismo Más trabajo, más comercio, más

	Más dinero, ingresos, derrama económica Más recursos, apoyo Más servicios, eventos Más atractivo, renombre, lugar importante Mejora del pueblo	Más ingresos Más recursos Más reconocimiento, más publicidad Mejora pueblo, calles, etc. Nos enseña lo que no tenemos	ventas Más ingresos Crece la economía Conocemos gente y nos conocen Ventajas y desventajas, pero nos sirve porque vendemos
Perjudica	Contaminación Se pierde vegetación Aumento de precios Cobro de entradas No existe orden Llega gente con malas intenciones	No beneficia a la gente de las comunidades, a la gente, seguimos de pobres Beneficios para los ricos, para el gobierno, para los extranjeros, desvío de recursos y nada para la gente ni para el pueblo Más inseguridad No limpieza Más turistas, mucha gente, gente mala, maleantes, mucho pleito, desorden Título no merecido, no cumple, no tiene nada de mágico	Basura, suciedad Más violencia Se beneficia la gente del centro Cambian y quitan tradiciones No ganamos nada de dinero todo se lo quedan en el gobierno No merece ser pueblo mágico

Fuente: Encuesta Huasca, 2014; Encuesta Malinalco, 2014; Encuesta Tlayacapan, 2015.

La información testimonial cualitativa sobre los perjuicios de la aplicación de un programa turístico a nivel local parece remarcar la tendencia a la privatización de espacios y gentrificación de centros históricos con la expulsión de población autóctona resultado de la burbuja inmobiliaria y la elevación del costo de uso de suelo, así como de productos de consumo en general, por un lado. De otro, todo lo relacionado con los problemas en los servicios públicos ante la sobre carga del destino, no tenido en cuenta ni por el municipio ni por el programa turístico en cuestión.

Finalmente algunos datos socio económicos para contextualizar la realidad social de estos municipios. Aquí los números valen más que mil imágenes y palabras.

Datos socio demográficos y de desarrollo del municipio (datos de 2010 en %)			
	Huasca	Malinalco	Tlayacapan
Vivienda			
Sin servicios básicos	43.5	44.4	36.9
Vivienda con piso de tierra	7	7.7	9.1
Sin agua entubada dentro de la vivienda	57.9	77.8	66.2
Sin drenaje	28.8	23.5	8.8
Sin servicio sanitario	72.2	14.1	6.8
Sin energía eléctrica	8.7	3.5	1.6
Sin teléfono	84.5	74.3	61.6
Sin teléfono celular	41.5	66.9	43.1
Sin computadora	90.1	89.1	82.5
Sin internet	95.1	93.8	88.2
Tamaño promedio de los integrantes de los hogares	4.1	4.2	4.1
Hogares encabezados por mujeres	0.6	0.1	0.6
Viviendas de un solo cuarto	95.5	7.9	11.1
Viviendas de mala calidad	9.7	20.5	15.9
Educación			
Analfabetismo de 15 años y más	8	11.7	6.9
Población de 6 a 14 años que no asiste a la escuela	3	6	4.7
Educación básica incompleta	40	32.5	41.8
Rezago educativo	26.1	32.5	14.5
Grado de escolaridad	6.7	6.8	8.3
Escuelas primarias, secundarias y bachilleratos	84	89	31
Salud			
Sin derechohabiencia servicios salud	91.7	82	42.1

Sin acceso servicios salud	25.5	22.9	41.1
Unidades médicas	6	9	7
Total personal médico	11	61	17
Empleo			
Población económicamente activa	43.5	50.7	53
Ocupada	92.1	95.6	96.4
No ocupada	7.9	4.2	3.6
Sectores económicos			
Primario	19.32	44.95	39.64
Secundario	37.96	16.76	20.05
Terciario	41.74	36.2	45.06
Pobreza			
Moderada	45.1	45.8	44.5
Extrema	12.4	20.2	8.2
Vulnerabilidad			
Por carencias sociales	39.5	30	38.7
Por ingreso	0.7	1.2	2.7
Carencia de acceso a la alimentación	27.6	44.5	27
Grado de marginación	medio	medio	medio
Grado de rezago social	bajo	bajo	bajo

Fuente: Elaboración propia con base a información de SEDESOL, 2013; SEDESOL/CONEVAL, 2014; INEGI, 2010; INEGI, 2011; documentos estatales y municipales sobre los diferentes temas.

Por supuesto, el turismo no es responsable de las realidades socio económicas de la población, ni tiene porque serlo. Sin embargo, en el discurso oficial y hegemónico, en los imaginarios de la población consultada, en todo, se relaciona turismo con desarrollo social local, entre otras cosas. No hay que desconocer que sí ha habido crecimiento económico entre algunos sectores de inversionistas y empresarios, hoteleros, restauranteros, transportistas, también creación de puestos para las personas que se emplean como mano de obra en estos espacios y para cubrir todos los requerimientos necesarios del sector comercio y servicio turístico. Lo cual es importante tenerlo en cuenta, pero no es menos cierto que en general estos sectores son los menos calificados y perciben salarios bajos, como por otra parte pasaría en otro puesto similar que no perteneciera a la actividad turística. También algunas familias han auto creado fuentes de empleo a través de pequeños y medianos negocios comerciales –a veces evitanto la migración e incrementando su nivel económico-. Como y también, núcleos de grupos con poder económico y político tradicional se han realineado y reestructurado ahora en torno al sector turístico en crecimiento con jugosos resultados. Pero lo que está claro es que todo esto no ha significado desarrollo social local en modo alguno.

7. REFLEXIONES FINALES

Por supuesto una cosa son los impactos medibles resultados de estudios específicos sobre el tema, que dicho sea de paso casi no existen, aunque sí alguna que otra nota de queja en la prensa que muchas veces tiene más que ver con conflicto político que con conciencia social sobre el tema. Y otra cosa, los impactos según las percepciones sociales de la población o incluso la opinión de autoridades políticas y del sector turístico.

Este estudio corrobora como la población comparte los imaginarios (Castoriadis, 1983; Durand, 2000) y discursos del turismo con las autoridades (PDN,2013; PST,2013; PPM,2006), su interpretación de la realidad coincide y parece haber un consenso social sobre el tema. Sobresale la opinión generalizada en torno a la importancia del turismo y sus

beneficios, sin desconocer algunos perjuicios también. Objetivo alcanzado e hipótesis comprobada.

En todo caso es posible pensar que sí hay problemas con el aumento de la carga en el destino, mismo que no se ha preparado para ello, ya que en los lugares donde hay algún tipo de presupuesto éste se destina al cambio de imagen urbana y no a servicios públicos, además de centrarse en el primer cuadro de la población y favorecer a los establecimientos que en éste se encuentran, hoteles, restaurantes y comercios. La falta de agua en Huasca –que era lugar de agua según su nombre y que se caracteriza por sus abundantes cuerpos de agua en los alrededores- o en Tlayacapan es un ejemplo del problema, como su contaminación en Malinalco. La basura en las tres poblaciones es otro. La queja hacia los turistas que hacen ruido y ensucian y no respetan la vida tranquila del lugar son cuestiones que afloraron, por ejemplo en las entrevistas –que por falta de espacio no se traen a estas páginas-. Todo esto sin mencionar los conflictos entre partidos políticos y/o grupos sociales locales creados en torno a intereses económicos, políticos o incluso turísticos. Por lo que la gobernanza no parece muy clara y el capital social local tampoco.

No obstante, y como se ha mostrado en los resultados de las encuestas expuestas, los habitantes en todo caso tienen una mirada más que favorable al turismo, su importancia y beneficios que redundan en la población, la conservación del primer cuadro de la localidad y los ingresos para el sector turístico en especial, así como empleos que han sido creados. Eso sí, en otras partes de los ejercicios realizados –no traídos a estas páginas- la opinión hacia las autoridades municipales es muy crítica sobre temas tales como, conflictos post electorales, enfrentamientos entre fuerzas y grupos políticos, denuncias de corrupción, o carencia de servicios públicos. Opinión distante de su mirada favorable a la actividad turística en la cual dichas autoridades también participan. Por otra parte, las consideraciones críticas sobre el turismo suelen llegar de un sector de la academia, que todo hay que decirlo no es un actor social implicado directamente en la actividad turística ni residente en la localidad.

De nuevo señalar que el problema no está en el turismo sino en su falta de planificación y gestión (Gascón y Cañada, 2005), también en el olvido que éste es un negocio y como tal se ha de tomar, no la solución a los problemas de falta de desarrollo local, de pobreza o marginación endémicos en algunos rincones del país que tienen otras causas históricas y sociales más profundas.

BIBLIOGRAFÍA

CASTORIADIS C. (1983): *La institución imaginaria de la sociedad*, Tusquets, Barcelona.

-(1988). *Los dominios del hombre: las encrucijadas del laberinto*, Gedisa, Barcelona.

DURAND, G. (2000): *Lo imaginario*, Ediciones del Bronce, Barcelona.

-(2012): *Las estructuras antropológicas del imaginario*, FCE, México.

ENCICLOPEDIA DE LOS MUNICIPIOS Y DELEGACIONES DE MÉXICO (2012): “Huasca de Ocampo”, “Malinalco” y “Tlayacapan” en http://www.inafed.gob.mx/work/enciclopedia/

ESCOBAR, A. (2012): “Más allá del desarrollo: postdesarrollo y transiciones hacia el pluriverso” *Revista de Antropología Social,* n°21, UCM, Madrid, pp. 23-62

GARCÍA CANCLINI, N. (2007): “Paranoicos versus utilitaristas” en http://ceas.files.wordpress.com/2007/03/2-canclini.pdf

GASCÓN, J. y E. CAÑADA (2005): *Viajar a todo tren. Turismo, desarrollo y sostenibilidad*, Icaria, Barcelona.

GRUPO INTERNACIONAL DE TRABAJO PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO SUSTENTABLE (2009): “Recomendaciones en cuanto a Políticas para el Desarrollo del Turismo Sostenible” en http://esa.un.org/marrakechprocess/pdf/tf_tourism_Policy_Recommendations_S.pdf

GOBIERNO DEL ESTADO DE MÉXICO (2013): “Estadística Básica Municipal. Edición 2013” en igecem.edomex.gob.mx

“Tlayacapan” (2013): en http://www.foro-mexico.com/morelos/tlayacapan/mensaje-218311.html

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA, GEOGRAFÍA E INFORMÁTICA (INEGI) (2010): “Huasca de Ocampo”, “Malinalco” y “Tlayacapan” en http://www3.inegi.org.mx/sistemas/méxicocifras

-2011 *Panorama Sociodemográfico del estado de Hidalgo*, INEGI, Aguascalientes.

-2011 *Panorama Sociodemográfico del Estado de Morelos*, INEGI, Aguascalientes.

-2011 *Panorama Sociodemográfico del Estado de México*, INEGI, Aguascalientes.

PERFILES SOCIODEMOGRÁFICOS MUNICIPALES (2013): “Huasca de Ocampo” en http://siieh.hidalgo.gob.mx

SECRETARÍA DE TURISMO (SECTUR) (2015): “Alcanza México récord en captación de divisas vía turismo internacional durante 2014” Boletín 33 en http://www.sectur.gob.mx

-(2013): “Primer Informe de labores 2012-2013” en www.sectur.gob.mx

SECRETARÍA DE DESARROLLO SOCIAL (SEDESOL) (2013): “Catálogo de Localidades” en http://www.microrregiones.gob.mx

SEDESOL/CONEVAL (2014) Informe Anual Sobre la Situación de Pobreza y Rezago Social “Huasca”, “Malinalco” y “Tlayacapan” en ttp://www.sedesol.gob.mx/es/SEDESOL/Informe_anual

EL IMPACTO DEL TURISMO EN LAS COMUNIDADES LOCALES: UN TEMA PENDIENTE

Capital social y turismo en destinos rurales de Quintana Roo, México

*Romano Gino Segrado Pavón**
*Rocío del Carmen Serrano Barquín***
*José Isabel Juan Pérez***
*Lucinda Arroyo Arcos**
*María de Jesús Moo Canul**

** Universidad de Quintana Roo. México*
*** Universidad Autónoma del Estado de México. México*

RESUMEN

El objetivo de la investigación fue evaluar los impactos que ocasiona el turismo en los ejidos rurales de Quintana Roo y su relación con el capital social y los conflictos en las comunidades. Se aplicó un enfoque cualitativo, con una muestra teórica por medio de entrevistas semi-estructuradas a informantes clave, micro-empresarios turísticos, pobladores ejidales y residentes de ejidos en zonas turísticas rurales del estado de Quintana Roo, con el propósito de lograr una visión holística del fenómeno turístico. El resultado principal señala que el turismo promueve el uso de los recursos naturales y culturales, pero impulsa los conflictos sociales al modificar el paisaje y la estructura escénica, económica y social de las comunidades, que conlleva la pérdida del capital social y de la identidad de los sociedades locales. Sólo tienen una gestión efectiva las comunidades que previo al inicio de la actividad turística tienen un capital social consolidado, en el cual existen normas para la convivencia y cuentan con el apoyo de las instituciones públicas. Los resultados son útiles a los planificadores de políticas públicas vinculadas al turismo.

Palabras clave: ejido, conflicto, turismo, capital social, Quintana Roo.

ABSTRACT

The research objective was to consider the impact that tourism brings in rural Quintana Roo ejidos and its relationship with social capital and social conflicts in communities. It was applied a qualitative approach with a theoretical sample through semi-structured interviews with key informants, micro tourism businesses, residents and residents of suburbs ejido in rural tourist areas of the state of Quintana Roo, in order to achieve a holistic view of the tourism phenomenon. The main result indicates that tourism promotes the use of natural and cultural resources, but encourages social conflicts by modifying the landscape and scenic structure, and economic and social development of the communities, which leads to loss of social capital and identity of the local societies. Only have effective management communities that prior to the start of tourism have a consolidated capital, in which respect the mutual commitment, impose rules, and are supported by federal

government institutions. The results may be useful to public policy makers linked to tourism.

Keywords: ejido, conflict, tourism, capital, Quintana Roo.

1. INTRODUCCIÓN

Cuando el turismo se masifica debido al impulso de políticas públicas, los destinos turísticos rurales no pueden separarse de los conflictos sociales que surgen de los grupos de interés, por lo cual es necesario fomentar el capital social en las comunidades locales para mitigar los impactos negativos, potenciar los positivos y promover el aprovechamiento sustentable, lo cual también permite consolidar la identidad colectiva de estas comunidades.

Para Freudenberg y Jones (1991), los principales efectos negativos del turismo se observan en problemas de orden social, ya que el rápido crecimiento poblacional genera efectos disruptivos debido a racionalidades diferentes y por la disminución de personas en convivencia mutua, que a su vez interfieren con la socialización en las zonas turísticas rurales. Si el turismo es la actividad económica principal en los ejidos rurales, o genera ganancias económicas suficientes para competir con otra actividad productiva, terminará desplazando la producción comunal por la individual.

Varios autores (Wellings, 2007; Beeton, 2006; Moscardo, 2008) han propuesto el uso del capital social para optimizar los beneficios y minimizar los perjuicios del desarrollo turístico y guiar las acciones para crear los productos y servicios vinculados. Para Coleman (1990), el capital social es una forma de contrato entre los individuos por arreglos económicos o sociales, donde las partes tienen confianza para intercambiar acciones y sentir una cierta obligación social de reciprocidad. Su uso adecuado provee a las comunidades con mejores oportunidades para obtener beneficios del turismo y lograr una actitud positiva hacia la conservación de los recursos locales (Tosun y Timothy, 2003), lo que apoya el éxito de la actividad turística y reduce los conflictos sociales.

Según Ostrom, Gardner y Walker (1994), y Mason y Phillips (1997), conforme la comunidad cambia, el acceso a los recursos disminuye y se imponen límites a la apropiación debido a la escasez, que impulsa un nuevo conflicto (Arnold, 1999) ya que la comunidad debe cambiar su lógica individualista impuesta por la racionalidad económica del turismo y ejercer la solidaridad comunitaria para recuperar el recurso y favorecer la equidad social, aunque el conflicto social no se resuelva en su totalidad (Brown, 1997), pero es necesario que se generan programas alternativos para favorecer una mejor relación entre el desarrollo social y la conservación de los recursos, y se adopten nuevas reglas de acción colectiva que fortalezcan el capital social y la identidad colectiva, e interaccionen positivamente con la actividad turística.

En México, los ejidos representan una forma social de administración de la propiedad comunal, con características privadas, públicas y mixtas, que puede tener aprovechamiento turístico en aquellos destinos con recursos o atractivos adecuados. Este es el caso del estado de Quintana Roo, cuya economía representa, al 2010, el 1.53% del producto interno

bruto (PIB) del país pero las principales actividades están relacionadas con el sector terciario o servicios, que implica más del 85 % del PIB estatal, principalmente debido a la actividad turística. La agricultura apenas contribuye el 1% al PIB, entre otros motivos debido a que la tierra caliza determina un rendimiento muy bajo.

Debido a la dependencia turística y el valor estratégico de los recursos y atractivos turísticos, se han originado conflictos entre comunidades, ejidos y asociaciones civiles. Por lo tanto, este estudio planteó la siguiente pregunta de investigación: ¿cuáles son los impactos que ocasiona el turismo a los ejidos rurales de Quintana Roo y qué relación existe con el capital social y los conflictos sociales en dichas comunidades? El supuesto inicial fue que los ejidos con mayor capital social presentan la menor cantidad de conflictos vinculados a la actividad turística. El objetivo general fue evaluar los impactos que ocasiona el turismo en los ejidos rurales de Quintana Roo y su relación con el capital social y los conflictos sociales en las comunidades.

2. MÉTODO

Se aplicó el método etnográfico con una muestra propositiva por medio de conversaciones informales y entrevistas semi-estructuradas dirigidas a informantes clave, para comprender los mecanismos que presentan múltiples factores inter-relacionados. La unidad de análisis primaria fueron las comunidades ejidales rurales con actividad turística, con énfasis en los actores vinculados en torno al ecoturismo o alguna actividad productiva vinculada. El equipo de investigadores del proyecto estuvo integrado por especialistas en geografía, antropología, turismo, planificación territorial y comercio.

Se realizaron 31 entrevistas cara a cara entre investigador e informantes, en forma de conversación informal, durante los fines de semana en los meses de marzo a noviembre de 2010 y de marzo de 2011 a diciembre de 2012, para obtener una compresión respecto a las experiencias o situaciones personales vinculadas al turismo en la comunidad o ejido, así como una descripción de los sucesos y la percepción sobre los mismos. En los aspectos éticos, se garantizó la confidencialidad y anonimato de todos los entrevistados y las preguntas realizadas fueron diseñadas para no afectar el bienestar emocional, psicológico o físico de los participantes. Debido a las consideraciones multiculturales de la Zona Maya, dos estudiantes de dicho origen étnico acompañaron al grupo de investigadores en la aplicación de las entrevistas.

Cada guión de entrevista abordaba las siguientes categorías: 1) organización comunal, 2) turismo, 3) propiedad, 4) conflictos, 5) actividades económicas. El tiempo promedio de cada entrevista fue muy variable, algunas duraban entre 15 y 20 minutos mientras otras llegaron a casi dos horas. Las entrevistas se aplicaron a ejidatarios, prestadores de servicios turísticos, miembros de las comunidades y avecindados. El único criterio de exclusión para los entrevistados fue residir un mínimo de cinco años en la comunidad. También se obtuvieron datos secundarios del Registro Nacional Agrario sobre las características generales de los ejidos. Las guías de entrevistas fueron aplicadas en Holbox, Puerto Morelos, Cozumel, Felipe Carrillo Puerto, Tres Reyes, Isla Mujeres, Chiquilá, Kantunilkín, Bacalar, Nuevo Salamanca, José María Pino Suárez, Ruinas de Coba, Tulum, todos núcleos ejidales pertenecientes a Quintana Roo. La estructura de la muestra se presenta en la tabla 1.

Tabla 1 Relación de la muestra

Comunidades	Ejidatarios	Avecindados	Residentes	Total
Bacalar	1			1
Chiquilá	2			2
Cozumel			4	4
Felipe Carrillo P.		1	1	2
Holbox	1	1	1	3
Isla Mujeres		1	1	2
José M. Pino Suárez	2			2
Kantunilkín			2	2
Nuevo Salamanca	2			2
Puerto Morelos		3		3
Ruinas de Coba	2		1	3
Tres Reyes	2		1	3
Tulum	2			2
Total	14	6	11	31

El proceso de análisis de los datos fue sistemático y todas las grabaciones fueron transcriptas y posteriormente ordenadas junto con las notas recolectadas y las observaciones. El análisis de contenido se enfocó a la identificación de tendencias o patrones vinculados al turismo sobre la conducta individual y organización social, la venta de propiedades privadas y ejidales, los conflictos por cesión o venta de tierras y el trabajo individual como actividad económica, para denotar el contenido manifiesto y latente de la información recibida y su vinculación con categorías, para su vinculación con la teoría aplicada.

3. RESULTADOS

Los resultados del análisis de datos recolectados se presentan según las categorías de recolección de información del apartado metodológico: siguientes categorías: 1) organización comunal, 2) turismo, 3) propiedad, 4) conflictos, 5) actividades económicas.

En la categoría "Organización comunal" existe una percepción de pérdida del sentido de la cultura e identidad, especialmente en las comunidades de litoral (Holbox, Tulum), debido a las nuevas construcciones y la presencia de otros estilos de vida y culturas. Por otra parte, el equilibrio social se altera por la cesión de los espacios públicos que debe servir a propósitos más amplios que simplemente turísticos. Por ejemplo, los pescadores que antes usaban las playas, ahora son rechazados por las empresas hoteleras y sólo pueden dejar sus embarcaciones en ciertos espacios, además ya no existe tránsito libre en las playas, debido que las autoridades comunales o los concesionarios han cercado los accesos para comodidad de los turistas.

En la categoría "Turismo" las comunidades valoran sus recursos turísticos y son conscientes de las oportunidades comerciales que pueden obtener, pero no tienen una visión común hacia el aprovechamiento turístico por medio de la creación de alguna

cooperativa o asociación para atender la demanda de los visitantes. Aquellos ejidatarios o informantes que han tenido mayor experiencia con actividades turísticas afirman que el problema real es la falta de alguna agencia turística operadora que haga el vínculo entre ejido y turistas, no hay forma de tener turistas en la comunidad, pero que con la intermediación el beneficio económico es casi nulo para los ejidatarios.

En la categoría “Propiedad” a pesar de la complejidad legal y administrativa para la cesión o venta de terrenos ejidales, la comercialización de la tierra se ha convertido en una práctica común en los ejidos, en parte debido al aumento de los impuestos pero principalmente debido al precio de mercado elevado. Todos los entrevistados han conocido a alguien que vendió o desea vender algún terreno en “zona turística”. Una tendencia común ha sido aprovechar la cercanía hacia los atractivos turísticos especialmente en las comunidades con litoral o dentro del área de influencia de las áreas naturales protegidas.

En el Ejido Isla Mujeres, Ejido José María Pino Suárez (Tulum), Ejido Jacinto Pat (Solidaridad), Ejido Calderitas (Othón P. Blanco) y Ejido Aarón Merino Fernández (Bacalar) la cesión irregular ha sido una práctica amplia. Además existen conflictos sociales por la ocupación de la tierra en zonas de litoral turístico, como por ejemplo Holbox. Como referencia, en 2011 el Tribunal Unitario Agrario Distrito 44, con sede en Chetumal Q. Roo, tenía acumuladas 1069 quejas por derechos de propiedad sobre tierras ejidales, en todo el territorio, en una amplia mayoría debido a la cesión irregular de tierras para uso turístico.

En la categoría “Conflictos”, casi todos están asociados al turismo, excepto por algunos casos donde las personas tienen relaciones inter-personales previas. Existe mucha vinculación con el uso de la tierra como factor limitante para lograr un aprovechamiento turístico y obtener ingresos significativos a nivel comunitario. El turismo tiene una doble representación social en las comunidades: puede ser un ingreso económico importante por la venta de terrenos pero también genera inseguridad ya que aumenta la presión social para su comercialización, ya que parte de la población alega que la presencia de hoteles o empresas turísticas permitirá la creación de puestos de trabajo y quienes no venden se oponen al progreso y al bienestar de la comunidad.

En las “Actividades económicas” el trabajo por temporada o estacional es un problema común a prácticamente todos los ejidos, ya que no es exclusivo de la actividad turística, sino también común para la pesca o la agricultura de subsistencia, razón por la cual la migración es una situación muy común en todos los ejidos, que dificulta la gobernanza, al obligar a una minoría a decidir y ejercer derechos por una mayoría de ausentes temporales o permanentes. No se identificaron intereses comunes entre los entrevistados con respecto al aprovechamiento de recursos para uso turístico, aunque todos mencionan la necesidad de crear puestos de trabajo o empresas de ecoturismo a nivel local. Incluso varios de los informantes conocían de casos exitosos de empresas de ecoturismo en otros ejidos pero no manifestaron motivación por replicar dichas situaciones.

4. DISCUSIÓN

La actividad turística general impactos bivalentes (positivos y negativos) en los ejidos rurales en Quintana Roo aunque de forma diferenciada según el origen de los conflictos: 1)

el acceso a sitios turísticos; 2) la administración de sitios turísticos; 3) la comercialización de productos de consumo turístico; 4) el uso de la tierra dentro de sitios turísticos; 5) las restricciones de acceso a sitios turísticos; 6) el derecho de uso del recurso turístico, 7) la irrupción de una cultura o modo de producción ajeno al sistema local, y 8) la distribución de los beneficios económicos. Según el origen de los conflictos, pueden ser externos o internos.

En general, los efectos positivos del turismo son el involucramiento y participación de diversos sectores de la comunidad; vinculación con operadores turísticos parar obtener beneficios económicos así como conservación de la naturaleza, favorecer las visitas e impulsar un crecimiento inducido, consolidar los procesos de gobernanza y disminuir la migración. En la contraparte, los impactos negativos implican conflictos sociales, cambios del sistema de propiedad y producción sobre los recursos, la transformación de la identidad local y la desintegración social, por lo que afecta la cohesión social a corto plazo y crea zonas de segregación espacial y exclusión social.

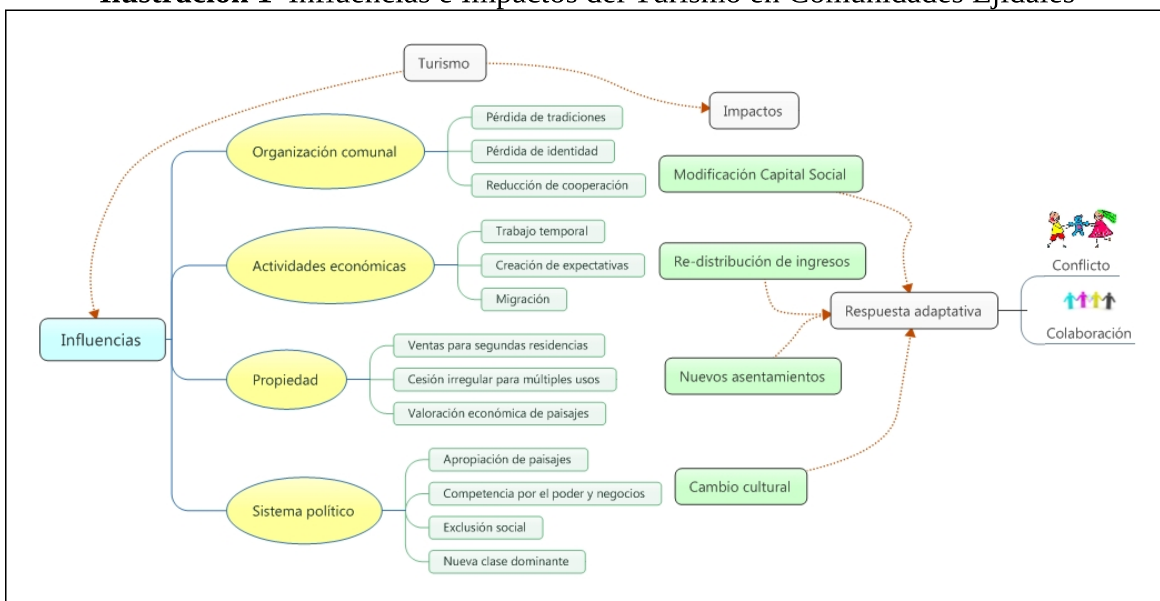
Durante las entrevistas fue posible identificar algunos ejidos con una gestión eficiente de la actividad turística, debido a la presencia de un capital social elevado, en las cuales se establecieron normas de uso de los recursos comunes y se estipulan sanciones concretas por el incumplimiento (*e.g.* Ejido "Ruinas de Cobá", Ejido "Nuevo Salamanca") y aunque existe disensión entre miembros del ejido por la distribución de beneficios, pueden enfrentar el auge del turismo con la ventaja social de la cooperación y organización, debido al consenso o acuerdo grupal sobre una conducta social apropiada para una situación dada.

Los impactos negativos por conflictos de origen externo se basan en el interés por la apropiación de paisajes naturales o culturales, que evoluciona a conflictos de segregación espacial y exclusión social, consolidando el proceso de innovación turística porque los turistas consumen los recursos tangibles y alteran los intangibles, tales como las normas, hábitos, costumbres. Cuando un inversionista llega a una comunidad ejidal a comprar un terreno y un residente vende sus derechos, no solamente está otorgando el derecho de acceso permanente a un extraño y ayudando a crear una nueva posición social hasta entonces inexistente, sino también está perdiendo su posición social y violando la confianza que la comunidad había puesto en él, y consecuentemente aumenta la complejidad del entorno, por la reducción de la confianza existente con el colectivo (Bollier, 2008) y la disminución de las comunicaciones sociales (Luhmann, 2005) debido a que algunos actores locales transforman el destino turístico de acuerdo a motivos personales que conducen al perjuicio comunal.

Los conflictos internos se originan por la administración del acceso a los recursos o la cesión de cualquier espacio ejidal para uso turístico, en acuerdo a lo afirmado por Dahrendorf (1968), ya que se presenta el interés comunal de mantener los derechos de acceso y uso de los recursos que pertenecen a todos, no a una persona –aunque tenga el derecho y la responsabilidad del resguardo-, y por lo tanto debe servir a propósitos más amplios que simplemente comerciales, pues se monopolizan servicios y ganancias, y las comunidades quedan con pocas posibilidades de obtener beneficios, además de que no todos los pobladores son favorecidos con el turismo mientras que los múltiples impactos negativos son generalizados (*e.g.* Beeton, 2006; Swarbrooke y Horner, 2007; Cooper y Hall, 2008) y los acuerdos en el interior de las comunidades se dificultan y se inicia un

nuevo proceso de ajuste social en la que el sistema socio-económico impone su lógica de maximización de ganancias a corto plazo. La ilustración 1 presenta la síntesis visual de los resultados del estudio.

Ilustración 1 Influencias e Impactos del Turismo en Comunidades Ejidales



Nota: elaboración propia, 2015.

5. CONCLUSIÓN

Esta investigación indagó sobre los impactos que ocasiona el turismo a los ejidos rurales de Quintana Roo y la relación entre capital social y los conflictos en dichas comunidades. Con la revisión de la literatura científica, 31 entrevistas aplicadas y la observación de campo en ejidos rurales se concluye que los impactos turísticos presentan origen interno y externo a las comunidades e inciden de forma ambivalente (aspectos positivos y negativos) en lo ecológico, social y económico, aunque las comunidades con un capital social consolidado presentan tendencia a maximizar los impactos positivos debido a la cohesión social y la minimización de los conflictos internos.

El turismo tiene preferencias en los ejidos rurales con respecto a otros tipos de actividades productivas ya que la racionalidad individual del beneficio rápido y con un menor esfuerzo se impone ante la racionalidad comunal de los recursos compartidos a largo plazo, lo cual facilita el surgimiento de conflictos sociales por diversos motivos y debilita el capital social. De acuerdo con Luhmann (2005), la complejidad social anteriormente reducida por medio de la confianza ahora se reduce por medio de la mentalidad cortoplacista que a su vez afecta al "espíritu de grupo" y al sentido de lealtad y pertinencia social. Los individuos dejan de sentirse identificados con un grupo social (ser) y comienzan a identificarse con una posición social (tener) de la nueva ideología dominante, afectando el desempeño de las personas y del sistema social en general.

La introducción del turismo en los ejidos rurales, debido a la preeminencia de intereses económicos y la diversidad de recursos que involucra, requiere contar antes y durante con el sustento del capital social; es decir, con comunidades organizadas en torno a sus

recursos; con normas internas claras, para que la inserción del turismo sea una opción real de aprovechamiento sustentable. En la contraparte, la ausencia o debilidad del capital social propicia conflictos sociales entre grupos o individuos y crea una cultura de individualidad, desconfianza e incertidumbre lo cual implica una amenaza a la existencia de los ejidos como organización rural y modelo de administración de la propiedad común debido a la privatización de tierras, una nueva racionalidad social y la pérdida de la identidad comunal, que a su vez afecta la imagen del destino y motiva insatisfacción turística, que influirán negativamente en el futuro comunal.

BIBLIOGRAFÍA

ARNOLD, J. (1999): *Managing forests as common property*. Forestry paper 136, FAO.

BEETON, S. (2006): *Community development through tourism*. Landlinks Press. Collingwood, Australia.

BOLLIER, D. (2008): *Los bienes comunes: un sector soslayado de la creación de riqueza.* En Genes, Bytes y emisiones: bienes comunes y ciudadanía. Compiladora: Silke Helfrich. Ediciones Boll. Ciudad de México, México.

BROWN, N. (1997): *Re-defining native woodland*, Forestry 70(3), 191–198.

COOPER, C. y HALL, C. (2008): *Contemporary Tourism: An International Approach*. Editorial Elsevier, Butterworth- Heinemann, Oxford

DAHRENDORF, R. (1968): *Essays in the Theory of Society*. Londres: Routledge y Kegan Paul.

FREUDENBERG, W., y JONES, R. (1991): *Criminal behavior and rapid community growth: Examining the evidence*. Rural Sociology, 56:619-645.

LUHMANN, N. (2005): *Confianza*. Editorial Universidad Iberoamericana. Ciudad de México, México.

MASON, C., y PHILLIPS, O. (1997): *Mitigating the tragedy of the commons through cooperation: an experimental evaluation.* Journal of Environmental Economics and Management 34, pp.148-172.

MOSCARDO, G. (2008): *Community capacity building: An emerging challenge for tourism development.* En Moscardo, G. (Ed.), Building community capacity for tourism development (pp. 1–15). Cambridge: MA: CABI Publishing.

OSTROM, E.; GARDNER, R.; WALKER, J. (1994): *Rules, games and common-pool resources*. University of Michigan Press.

SWARBROOKE J. y HORNER S. (2007): *Consumer Behaviour in Tourism*. Second edition. Editorial Elsevier. Burlington, EUA.

TOSUN, C., y TIMOTHY, D. (2003): *Arguments for community participation in the tourism development process*. Journal of Tourism Studies, 14(2), 2–14.

WELLINGS, P. (2007): *Joint management: aboriginal involvement in tourism in the Kakadu World Heritage Area*. En Bushell, R. y Eagles, P. (Eds.), Tourism and protected areas: Benefits beyond boundaries (pp. 89-100). Cambridge, MA: CABI.

Anexo

Guión de Entrevista

El objetivo general de la entrevista es conocer su percepción sobre el turismo y los beneficios y perjuicios que trae a su comunidad. Todos los datos y comentarios que realice serán anónimos y confidenciales. Desde ya le agradecemos su colaboración.

Lugar: __________________ Fecha:____________ Hora inicio: _______ Final:_________

Me dice su nombre por favor. Sólo su nombre, para la charla, no quedará registrado en ningún documento.

Usted es: ____Ejidatario ____Avecindado ____Residente

¿Hace cuánto tiempo vive aquí?: ___________________

A que se dedica: ____

¿Hace cuánto se dedica a eso: _________________ y antes? __________________________

Turismo

¿Cuáles son los beneficios que el turismo puede generar a esta comunidad?

¿Qué actividad productiva, turismo, ganadería, pesca, agricultura, etc. es la que deja más dinero? ¿Por qué?

¿Cómo explica la situación del turismo?

¿En el futuro, dónde va estar “el negocio”?

Esta temporada, ¿el turismo dejó beneficios (dinero) para la comunidad? ¿Para usted qué hubo?

¿Qué dicen los turistas? ¿Están satisfechos?

¿Cuál es el cambio más importante que hay en el turismo que se hace en la comunidad?

¿Cuáles son las cosas buenas y malas del turismo?

Actividades económicas

¿A qué se dedica la mayoría de la gente aquí? ¿En qué trabaja?

¿Hay empleo para la mayoría de la población? ¿Qué tal el salario?

¿Piden apoyos de capacitación con el gobierno?

¿Hay más trabajo con el turismo? ¿Por qué?

¿Hay más o menos turistas?

¿Los que trabajan con el turismo, tienen privilegios?

Organización comunal

¿La comunidad está organizada para recibir a los turistas?

¿El ejido que está haciendo para que vengan más turistas?

¿La cooperativa funciona bien? -> ¿Por qué no hay cooperativa?

¿Cuáles son los principales problemas de la comunidad?

¿Algunos de ustedes se han organizado para ofrecer los paseos a las empresas o los turistas? -> ¿Por qué no hay organización?

¿Sus hijos, se quieren ir o piensan en quedarse aquí?

Propiedad

¿Son muchos los ejidatarios que venden sus tierras para el turismo?

¿Está bien que vendan sus tierras a turistas?

¿Subieron mucho de precio los terrenos en el ejido?

¿Conoce a alguien que vende su terreno para el turismo?

¿Cómo se maneja la tierra ejidal, la que es de todos?

¿Si le ofrecen buen dinero, usted vende su terreno?

Conflictos

¿Hay pelea por la tierra dentro del ejido?

¿Cómo está el tema de las playas y los botes de pesca? -> ¿Cómo está el tema del estacionamiento para los turistas?

Algunos ejidatarios y avecindados se quejan de que no los dejan trabajar, ¿porque que cree que están inconformes?

¿Qué es más importante en el ejido: evitar peleas o hacer cumplir las normas?

¡Muchas gracias!

EL IMPACTO DEL TURISMO EN LAS COMUNIDADES LOCALES: UN TEMA PENDIENTE.

Impactos sociales y culturales del turismo comunitario en la Selva Lacandona, Chiapas: El caso de la comunidad de Frontera Corozal.

Dr. Domingo Gómez López
Mtra. María Jane Rivas Damián

Universidad Intercultural de Chiapas. México

RESUMEN

La investigación llevada a cabo con cinco proyectos turísticos en la comunidad de Frontera Corozal, ubicado en el municipio de Ocosingo, Chiapas; tiene como objetivo estudiar los impactos sociales y culturales que han generado los diferentes proyectos turísticos dentro de la comunidad de Frontera Corozal del Municipio de Ocosingo, Chiapas, para realizar actividades que coadyuven a erradicar los impactos negativos y revalorar los impactos positivos para lograr el posicionamiento en el sector turístico.

La metodología utilizada es la Investigación Acción Participativa (IAP), considerando las siguientes variables, en la comunidad y proyectos turísticos de estudio: necesidades, problemas reales y actuales de operación, jerarquización, intereses o motivos de los participantes, obstáculos y dificultades para resolver los problemas, recursos materiales, financieros y humanos se disponen, tiempo en planeación, para la obtención de los resultados que se desarrollan.

Con esta metodología y con el propósito de obtener resultados fiables, se llevaron a cabo las siguientes fases: 1) Selección de cinco proyectos turísticos que están en operación dentro de la Comunidad de Frontera Corozal; 2) entrevistas a personas claves relacionadas con los proyectos turísticos. Se utilizaron las entrevistas: focalizadas, informales y semi-estructurales; 3) realización de un taller por cada proyecto a través de la técnica de grupos focales con los participantes en los proyectos; y 4) sistematización de la información y análisis de datos cualitativos de cada uno de los proyectos estudiados.

Los principales resultados que se ha encontrado de esta investigación es la explicación de los impactos sociales y culturales que ha generado el turismo rural comunitario en la zona de estudio pionera en esta modalidad turística en Chiapas.

Palabras clave: Turismo alternativo, turismo rural comunitario, impactos socioculturales del turismo, Frontera Corozal.

ABSTRACT

Rural community tourism, tourist modality of alternative tourism, has been analyzed and studied from different disciplines and countries, particularly Central and South America. The experience

of different authors conducted in Nicaragua (Cañada, 2013), studying sustainable community tourism destinations in Ecuador (Maldonado and Hernández, 2011), the development of the national strategy for community tourism in Guatemala (INGUAT, 2010) and other studies in different Latin American countries, allow to analyze this type of tourism in indigenous communities of Chiapas.

The International Labour Organization (ILO) defines community tourism as "any form of business organization based on ownership and self-management of community heritage resources under democratic and supportive work practices and the sharing of benefits generated by tourism services, to foment intercultural encounters with visitor quality" (Maldonado, 2005). The Declaration of San José (2003), sustainable community tourism is one that promotes a proper balance of ethical, social and cultural values; complements and enhances the family and community economy; improving the conditions of life and work of its members; revitalizes the expressions of indigenous culture and preserve local ecosystems. Other studies in this same idea are tourism as a vehicle for change in peasant economies in the era of globalization (Gascón and Ojeda, 2014).

Currently, rural and indigenous communities in Chiapas, have joined tourism activity, and found a possibility to get income by offering hosting services through cabins and camping; food services by small restaurants; land services and on rivers transportation for visitors to attractions; information services through local tour guides and sale of handicrafts.

In 1997, tourism projects started in three communities in Chiapas with the name of touristic centers in contact with nature. Frontera Corozal, is one of three pioneering communities in this type of tourism projects with some success to analyze the impact of tourism on the reality of community tourism. The work presented is a part of the research project "Sustainable management of community touristic centers in Chiapas" financed by the National Council of Science and Technology 2015. The fieldwork has enabled participatory workshops with decision makers and interviews with key stakeholders in the community to systematize experiences with them in recent years in the operation of the various projects in this community.

Thus, Frontera Corozal, can provide tourism combined with nature and culture, where visitors find new ways to practice a more sustainable and responsible tourism. Involving tourists in field activities, get in contact with nature and living cultures, creates a memorable experience.

Keywords: Alternative tourism, rural tourism, socio-cultural impacts of tourism, Frontera Corozal.

1. INTRODUCCIÓN.

En 1997, comenzaron a funcionar los proyectos turísticos en tres comunidades de la Selva Lacandona de Chiapas con la denominación de Centros Turísticos en Contacto con la Naturaleza (Secretaría de Desarrollo Turístico, 1998). Frontera Corozal, es una de las tres comunidades pioneras en este tipo de proyectos turísticos con cierto éxito para analizar las consecuencias de la actividad turística en la realidad del turismo comunitario.

Casi a dos décadas de haberse comenzado a funcionar dichos proyectos, se han realizado algunos estudios relacionados con la sustentabilidad, con la intención de medir el impacto sociocultural, ambiental y económico a nivel comunitario (Gómez, Camacho & Peña, 2012).

La presente investigación tiene como objetivo estudiar los impactos sociales y culturales que han generado los diferentes proyectos turísticos dentro de la comunidad de Frontera Corozal del Municipio de Ocosingo, Chiapas, para realizar actividades que coadyuven a erradicar los impactos negativos y revalorar los impactos positivos para lograr el posicionamiento en el sector turístico.

El estudio realizado comprende la participación activa de 10 actores locales de los cinco proyectos turísticos en la comunidad de Frontera Corozal: Centros Turísticos Escudo Jaguar y Nueva Alianza, Restaurante Corazón de la Selva, Guías de Turistas Locales Siyaj Chan, y Grupo de Artesanas Flor de la Selva.

La metodología utilizada es la Investigación Acción Participativa (IAP), considerando las siguientes variables, en la comunidad y proyectos turísticos de estudio: necesidades, problemas reales y actuales de operación, jerarquización, intereses o motivos de los participantes, obstáculos y dificultades para resolver los problemas, recursos materiales, financieros y humanos se disponen, tiempo en planeación, para la obtención de los resultados que se desarrollan.

Las preguntas de investigación que se plantearon de manera colectiva con el equipo de trabajo a partir de las variables antes citadas, fueron ¿Por qué el Turismo Rural Comunitario permite tener ingresos económicos familiares?, ¿Cuál es la participación de las mujeres en el turismo? ¿Cómo trabajan los jóvenes en el turismo rural comunitario?, ¿Qué características tienen las gestiones de turismo sostenible?, ¿Qué impactos negativos y positivos se tiene del turismo rural comunitario?,

De esta forma, Frontera Corozal, pueden ofrecer actividades turísticas combinados con la naturaleza y la cultura, donde el visitante encuentre nuevas formas de practicar un turismo más sostenible y responsable. Involucrar a los turistas en las actividades del campo, estar en contacto con la naturaleza y las culturas vivas, les genera una experiencia inolvidable. En esta comunidad hay un grupo de guías de turistas locales que se han ocupado tanto en la observación y monitoreo de aves en la zona arqueológica de Yaxchilan (Álvarez, Nañez, & López, 2015).

2. FUNDAMENTO TEÓRICO

El turismo rural comunitario, una modalidad turística del turismo alternativo, ha sido analizado y estudiado desde distintas disciplinas y de diferentes países, en particular por Centroamérica y Sudamérica. La experiencia acumulada de diferentes autores llevadas a cabo en Nicaragua (Cañada, 2013), el estudio de la sostenibilidad de destinos turísticos comunitarios en Ecuador (Maldonado y Hernández, 2011), la elaboración de la estrategia nacional de turismo comunitario en Guatemala (Instituto Guatemalteco de Turismo, 2010), los estudios de impactos socioculturales del turismo comunitario en la Selva Lacandona (Pastor & Gómez, 2010), y el análisis del turismo comunitario en Chiapas (Gómez, 2015) y otros estudios realizados en diferentes países de Latinoamérica, permiten analizar este tipo de turismo en las comunidades indígenas de Chiapas.

A través de las nuevas tendencias de los consumidores turísticos tan especializados y con el propósito de ofrecer productos y servicios diferenciados, surge el concepto de turismo alternativo, entendido como los viajes que tienen como propósito de realizar actividades en contacto con la naturaleza y con las expresiones culturales de cada destino, donde el visitante asume una actitud y compromiso de respetar y disfrutar el patrimonio cultural y de naturaleza.

A partir de este concepto, aparecen tres modalidades de turismo alternativo: Ecoturismo, turismo rural y turismo de aventura. Dentro del turismo rural, se han registrado otras tipologías como el agroturismo, etnoturismo, el turismo rural comunitario. Este último, ha despertado el interés de académicos y de investigadores de distintas partes del mundo para su estudio. El concepto de turismo rural comunitario ha sido concebido desde América Latina, particularmente por países sudamericanos como Bolivia, Perú y Ecuador.

Es así como la Red de Turismo Comunitario de América Latina, que ha trabajado en diferentes comunidades de pueblos originarios de distintos países de América, define al turismo comunitario como:

> *toda forma de organización empresarial sustentada en la propiedad y la autogestión de los recursos patrimoniales comunitarios, con arreglo a prácticas democráticas y solidarias en el trabajo y en la distribución de los beneficios generados por la prestación de servicios turísticos, con miras a fomentar encuentros interculturales de calidad con los visitantes* (Maldonado, 2005: 05)

Así mismo, la Declaración de San José sobre turismo rural comunitario (2003), con la participación de los pueblos originarios provenientes de Brasil, Bolivia, Costa Rica, Ecuador, Guatemala y Perú, plantean que "el turismo debe complementar adecuadamente nuestra economía comunitaria y familiar, potenciando el desarrollo de la agricultura, la pesca, la artesanía, la pequeña agroindustria, el transporte y otros servicios." (Declaración de San José, 2003: 01)

Otros estudios realizados en esta misma sintonía es el turismo como vector de cambio de las economías campesinas en la era de la globalización (Gascón & Ojeda, 2014).

Es así como en la última década del siglo XX y la primera del siglo XXI, el turismo como fenómeno social ha contribuido a la economía global, se ha convertido hacia los países del hemisferio sur la posibilidad de desarrollo regional y local. Organismos internacionales como la Organización Mundial del Turismo, ha generado programas de cooperación técnica y de desarrollo sostenible del turismo con miras para atenuar la pobreza (Lima, García, Gómez, & Eusébio, 2012).

Una vez revisado los diferentes estudios realizados sobre el turismo comunitario en América Latina, es necesario delimitar el marco teórico para el análisis de este trabajo.

Existen estudios que han analizado el impacto del turismo en las comunidades indígenas como los siguientes autores (Maldonado, 2006), (Quintero, 2004), (Morales, 2006), y turismo cultural (Toselli, 2006).

De esta forma "el concepto de impacto se refiere a toda modificación causada en un sistema por factores externos o exógenos, cuyos efectos pueden ser positivos o negativos, fortaleciendo o debilitando dicho sistema" (Maldonado, 2006:22).

Para el caso del turismo, se han analizado diferentes impactos, y se han clasificado en su mayoría en tres categorías: económico, sociocultural y ambiental (Quintero, 2006), (Martín & Sáez, 2010), (Santana, 2006).

Bajo esta perspectiva "los impactos del turismo económico, sociocultural y medioambiental, son el resultado de una compleja interracción de fenómenos, una interracción que se manifiesta en el vínculo entre los turistas, el área de destino y su población" (Quintero, 2004:265).

Los impactos económicos del turismo son la medida de los beneficios y costes económicos generados por esta actividad (Quintero, 2004:265). En este sentido, entre los beneficios más visibles es la generación de empleos directos hacia la población local, los ingresos obtenidos por las diferentes actividades turísticas, servicios de hospedaje y alimentación, venta de artesanías. Por otro lado, están las desventajas como la alza de los precios de los productos básicos para el consumo local, la dependencia económica del turismo y el cambio de actividades productivas primarias a terciarias.

Uno de los estudiosos sobre la antropología turística Agustín Santana (2006) menciona sobre los impactos socioculturales del turismo:

> *los impactos socioculturales son impactos sobre la gente, esto es, los efectos que sobre los residentes habituales y fijos de la comunidad anfitriona que tienen las asociaciones directas e indirectas con los visitantes, a los que habría que añadir los efectos de la actividad turística y los encuentros sobre los mismos individuos que practican el turismo y sus sociedades de origen* (Santana, 2006:90).

Por otro lado,

> *los impactos socioculturales del turismo son consecuencia de las relaciones sociales que se establecen en un destino turístico. La magnitud de los impactos dependerá en gran medida de las diferencias socioculturales entre turistas y residentes, y pueden afectar a multitud de variables, entre ellas: formas de vida, sistemas de valores, comportamiento individual, niveles de seguridad, conducta moral y política, cultura tradicional, etc.* (Quintero, 2004:268)

En consonancia con lo anterior, estudios realizados con el grupo Bereber en Marruecos se concluye que "la cultura local se vuelve simulacro para el turista, genera la amenaza de la identidad cultural y la discriminación de las mujeres trabajadoras" (Fernández & Ruiz, 2010: 57-58).

Los impactos negativos del turismo, logra provocar la desculturalización del destino cuando se incrementa la comercialización de las tradiciones locales, es decir, se pierde la autenticidad del destino, como ocurre en la comunidad de Lacanjá Chansayab, Chiapas.

Los impactos ambientales del turismo es un conjunto de alteraciones en el entorno natural provocadas por las acciones de los turistas en el destino.

> *En este contexto, la actividad turística puede propiciar diversos impactos ambientales de carácter positivo, considerados como beneficios a partir del fortalecimiento de una conciencia para el adecuado aprovechamiento de los recursos naturales por parte de los visitantes, mientras que la concentración masiva de turistas en determinado espacio, indudablemente impactará de forma negativa en la capacidad de carga del sitio y la biodiversidad existente.* (Pérez, Zizumbo, & González, 2006:34).

De acuerdo a Toselli (2006:176), el turismo en sus diferentes modalidades y acepciones entre ellas, el turismo cultural es una actividad que genera impactos tanto positivos como negativos, ya sean ambientales, socioculturales y económicos. El presente trabajo de investigación que hace énfasis en el tema del impacto del turismo en las comunidades locales: un tema pendiente, coinciden con la reflexiones de la autora antes citada, que utiliza el término de "impactos tanto positivo como negativos", que se clasifican y jerarquizan de acuerdo a las necesidades y compromisos de los y las participantes del trabajo en equipo que se describe en el apartado de la metodología y en los resultados obtenidos.

Es así como dentro del turismo rural comunitario, se pueden encontrar diferentes niveles de impactos, para este estudio se hace énfasis en la parte social como en lo cultural. La parte social se asocia con la integración o desintegración social en los proyectos comunitarios y sus beneficios para la población local. La parte cultural, se asocia con la identidad cultural como la lengua, las artesanías, los espacios sagrados, la gastronomía, música y danza.

3. METODOLOGÍA

El trabajo que se presenta, es una parte del proyecto de investigación denominado "Gestión sostenible de centros turísticos comunitarios en Chiapas" financiado por el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología 2015.

Tiene como objetivo estudiar los impactos sociales y culturales que han generado los diferentes proyectos turísticos dentro de la comunidad de Frontera Corozal del Municipio de Ocosingo, Chiapas, para realizar actividades que coadyuven a erradicar los impactos negativos y revalorar los impactos positivos para lograr el posicionamiento en el sector turístico.

El estudio realizado comprende la participación activa de 10 actores locales de los cinco proyectos turísticos en la comunidad de Frontera Corozal: Centros Turísticos Escudo Jaguar y Nueva Alianza, Restaurante Corazón de la Selva, Guías de Turistas Locales Siyaj Chan, y Grupo de Artesanas Flor de la Selva.

Se consideró utilizar la metodología de la Investigación Acción Participativa conocida comúnmente como **IAP**, por el compromiso de los y las participantes de la comunidad de Frontera Corozal, se tiene 18 años que el tema de turismo rural comunitario y turismo alternativo se ha ido apropiando en los habitantes de la Selva Lacandona de Chiapas, es por ello, que se cita:

> *,..Con la IAP, investigar es estudiar una realidad con el fin de resolver problemas que son significativos para un determinado grupo o colectivo que tiene el propósito o deseo de superarlos. Congruentemente con este principio, hay que derivar todo el proceso de investigación. Ya Kurt Lewin -que fue quien acuñó el término "investigación-acción"- había indicado que el proceso se inicia porque hay una insatisfacción con un estado actual de cosas.* (Ander, 2003:9)

La metodología utilizada es la de Investigación Acción Participativa (IAP) y con el propósito de obtener resultados fiables, se llevaron a cabo las siguientes fases:

1. Selección de 5 proyectos turísticos que están en operación dentro de la Comunidad de Frontera Corozal.
2. Entrevistas a personas claves relacionadas con los proyectos turísticos. Se utilizaron las entrevistas: focalizadas, informales y semi-estructurales.

3. Realización de un taller por cada proyecto a través de la técnica de grupos focales con los participantes en los proyectos.
4. Sistematización de la información y análisis de datos cualitativos de cada uno de los proyectos estudiados.

Se requirió del origen de la demanda y tener un cierto conocimiento de los protagonistas que son los involucrados en el sector turístico en la zona de estudio, por lo tanto se decidió realizar el trabajo utilizando el IAP, por la solicitud y necesidad de realizar investigación aplicada para el asesoramiento en la mejora de los servicios turísticos en las comunidades rurales de Chiapas, a través de las negociaciones que se dieron con los y las participantes activos (7 hombres y 3 mujeres), contando con la premisa que existe un conocimiento previo de todos ellos y ellas por más de 18 años de estar en contacto directo con la zona de estudio.

Como el diseño metodológico es flexible por sus propias características del IAP, los avances son dialécticos o en forma de espiral, encontrando las siguientes variables: necesidades, problemas reales y actuales de operación, jerarquización, intereses o motivos de los participantes, obstáculos y dificultades para resolver los problemas, recursos materiales, financieros y humanos se disponen, tiempo en planeación, para la obtención de los resultados que se desarrollan, se contó con la premisa de abordar a la realidad desde lo multidimensional, policausalidad, y una visión polinuclear con la capacidad de distinguir en cada circunstancia lo "deseable", lo "probable" y lo "posible", siendo este último, lo que el equipo de trabajo identifico, como realizable, minoritario, y con utilización de pocos recursos.

A continuación se presenta las preguntas que se diseñaron en colectivo con el equipo de trabajo a partir de las variables antes citadas. ¿Por qué el Turismo Rural Comunitario permite tener ingresos económicos familiares?, ¿Cuál es la participación de las mujeres en el turismo? ¿Cómo trabajan los jóvenes en el turismo rural comunitario?, ¿Qué características tienen las gestiones de turismo sostenible?, ¿Qué impactos negativos y positivos se tiene del turismo rural comunitario?. Que se dio respuesta en el siguiente apartado.

4. RESULTADOS

El estudio realizado con la participación activa de los 10 actores locales, se encuentran en un rango de edad de 25 a 55 años de edad, originarios de la zona de estudio con los cinco proyectos turísticos en la comunidad de Frontera Corozal: Centros Turísticos Escudo Jaguar y Nueva Alianza, Restaurante Corazón de la Selva, Guías de Turistas Locales Siyaj Chan, y Grupo de Artesanas Flor de la Selva, son emprendedores – visionarios, Lideres, Autodidáctas, comprometidos/as, identidad cultural y sensibilidad al cuidado del medio ambiente que son beneficiarios del estudio de investigación y con los resultados se espera que los destinatarios que sería la mejora del servicio turístico que se proporciones menos impactos negativos en el ámbito social y cultural en la zona de estudio.

Desde su colaboración a la presente investigación, se motivaron a participar desde el ámbito personal, familiar, grupal o comunitaria. Los resultados encontrados es a partir de las observaciones, entrevistas focalizadas, informales y semi-estructurales, y los talleres de grupos focales se encontraron las siguientes Variables: necesidades (N), problemas de nuestra realidad (P), jerarquización (J), intereses o motivos de los participantes (IM), obstáculos y dificultades para resolver los problemas (OD), recursos materiales (RMFH), financieros y humanos se disponen, tiempo en planeación (TP), por todo lo anterior se organizó y sistematizo la

información en los siguientes apartados que están divididos en dos grandes grupos y se indicó la/s variable/s a utilizar/se: 1) impactos sociales y culturales negativos y 2) impactos sociales y culturales positivos.

4.1. Impactos sociales y culturales negativos

Dentro de los impactos sociales negativos que se ha encontrado en la comunidad de Frontera Corozal como consecuencia de la actividad turística son:

a) Desintegración entre diferentes familias: Las familias que se dedican a la actividad turística de los distintos barrios de la comunidad ha generado una competencia desleal por la captación de los turistas; (IM)
b) Descuido de la educación familiar: Los niños y las niñas sufren por la ausencia de las madres en casa, ya que ellas culturalmente son las educadoras de núcleo familiar.(P)
c) Cambio en los patrones de consumo: Los productos locales cada vez se consumen menos y es sustituido por productos procesados con menos nutrientes. (OD)
d) Adicciones: La población local consideran la actividad turística como una opción de ingresos económicos con menor esfuerzo, lo que ha provocado la generación de alcoholismo y drogadicción entre los jóvenes; (OD)
e) Mala administración de la cuota de ingreso a la comunidad: El ingreso a la comunidad por visitante tiene una cuota de $20.00, dicha cuota es para la conservación de la selva, sin embargo, los ingresos recaudados ha generado desacuerdos internos entre los comuneros. (P) (RMFH)

Los aspectos culturales negativos como consecuencia de la actividad turística en la comunidad de Frontera Corozal son:

a) Incipiente cultura del cuidado de medio ambiente: La materia prima del turismo que se tiene en Frontera Corozal es la naturaleza, sin embargo, la población local en general no se ha interesado en su conservación. El único grupo que se ha preocupado para su cuidado son los Guías de Turistas Locales Siyaj Chan.(N)(J)
b) Aprendizaje de lengua extranjera: El aprendizaje de la lengua extranjera como el inglés para la atención de los turistas, es parte de la imposición de los países imperialistas, lo que de alguna manera comienza a sustituirse algunas palabras entre la lengua Ch’ol y el inglés.(P)
c) Cambio de imagen personal: Se observa que los y las jóvenes imitan a los turistas extranjeros que llegan con distintos tintes y cortes de cabello.(OD)

4.2. Impactos sociales y culturales positivos

Entre los aspectos sociales positivos del turismo en la comunidad de Frontera Corozal, se encuentran:

a) Cambio de roles de trabajo: Las mujeres que tienen relación directa con las actividades turísticas, se desempeñan en la elaboración y venta de venta de artesanías, trabajo en los establecimientos de alimentos y bebidas.(N) (RMFH)
b) Actitud emprendedora de las mujeres: A través del turismo ha surgido un cambio de actitud y emancipación de las mujeres hacia la creación de microempresas que ha permitido la generación de empleos para ellas mismas.(RMFH) (IM)

c) Formación de recursos humanos en turismo alternativo: Dentro de la comunidad se ha formado un grupo 11 (2 mujeres y 9 hombres) de guías de turistas especializado en turismo orientado a la naturaleza que brindan servicios en la zona arqueológica de Yaxchilán y en los alrededores de la comunidad de Frontera Corozal. También, un egresado de la Licenciatura en Turismo Alternativo de la Universidad Intercultural de Chiapas. (IM) (RMFH) (TP)
d) Disminución de la emigración: Los jóvenes se han incorporado en la prestación de servicios turísticos tanto en la transportación acuática, alojamiento y alimentación. (IM) (RMFH) (TP).

El aspecto cultural en los destinos turísticos comunitarios, es necesario profundizar su estudio, dado que se relaciona directamente con la identidad cultural de los anfitriones, de esta forma, se han encontrado en la comunidad de Frontera Corozal, los siguientes:

a) Recuperación de la lengua Ch'ol: Entre los prestadores de servicios turísticos han revitalizado dicha lengua que estaba en riesgo. Actualmente, los guías locales se comunican oralmente en Ch'ol entre ellos y fomentan el uso con los niños. (N) (RMFH) (TP)
b) Valorización de la zona arqueológica de Yaxchilán: Se han apropiado de la zona arqueológica como patrimonio cultural de la comunidad, para despertar conciencia entre los mismos habitantes y visitantes. (N) (IM) (RMFH)
c) Recuperación de vestimenta tradicional: Como parte de la identidad cultural Ch'ol, los guías locales han asumido portar uniforme con diseño Ch'ol. (N) (IM) (RMFH)
d) Creación de un museo comunitario: En este museo se exhiben piezas arqueológicas que se han recuperado en las zonas aledañas de la comunidad para los turistas. (TP) (N) (RMFH)
e) Recuperación de la gastronomía local: Se han diseñado platillos con insumos de producción local y la recuperación de comidas y bebidas tradicionales, acompañados con tortillas hechas a mano. (N) (J) (RMFH)
f) Venta de artesanías: La presencia de los turistas, ha provocado la recuperación textiles con diseño de la cultural Ch'ol, como bolsas, camisas, faldas, vestidos, entre otros. (IM) (RMFH)

De acuerdo las citas textuales señaladas en el marco teórico (Santana, 2006:90) y (Quintero, 2004:268), se encontró más variables que coincidirán con las elaboradas y los análisis de los resultados de los impactos sociales y culturales, logrando identificar 18 impactos en total.

5.- CONCLUSIONES

El estudio del turismo en las comunidades, ha llamado la atención desde distintas geografías del mundo, y aún se siguen analizando sus impactos sociales y culturales del mismo. Para el caso de estudio, se concluye que el turismo en la comunidad de Frontera Corozal, ha generado más beneficios a favor de la población local, a través de diferentes actividades donde jóvenes y mujeres que han estado participando, son los más beneficiados, porque en el análisis de los resultados fueron 10 impactos positivos del turismo rural comunitario, por lo tanto los resultados encontrados, permite la reflexión de continuar trabajando en esta modalidad del turismo, para diseñar productos innovadores.

Desde 1997, año en que comenzó a funcionar el primer proyecto turístico en esta comunidad, se ha multiplicado por diez el número de proyectos que actualmente están prestando servicios turísticos. Para este estudio en particular, se consideraron cinco como los más representativos de la comunidad, que a pesar de los 8 impactos negativos continúan operando y se comprometieron a diseñar un nuevo proyecto para la mejora del posicionamiento en el servicio turístico de la Selva Lacandona, que contempla los siguientes elementos de estructura como; Definir los Propósitos, qué, por qué, para qué "se quiere hacer", cada una de las acciones de acuerdo a las variables (IM), (P), (OD), (RMFH), (N), (J), que será en otra etapa de la IAP.

Mientras que los impactos positivos, se tendrán que revalorar, y demostrar que es una de las fortalezas de cada uno de los proyectos turísticos para lograr el posicionamiento en el sector turístico.

Dentro de los impactos encontrados y haciendo un balance entre los positivos y negativos, Frontera Corozal, ha recibido más beneficios a través de la generación de ingresos económicos de diferentes empleos de distintas sociedades cooperativas turísticas establecidas; la recuperación de la lengua Ch'ol como parte de la identidad cultural del destino; la apropiación del patrimonio cultural tangible e intangible como la zona arqueológica de Yaxchilán y la recuperación de la gastronomía local, se convierten en elementos diferenciadores entre los destinos turísticos de Chiapas.

La aportación del presente trabajo de investigación es profundizar que es necesario sistematizar y comunicar los resultados obtenidos para que ayuden a conocer, analizar y evaluar los problemas globales, para actuar localmente en cada una de las comunidades donde se práctica el Turismo rural comunitario.

BIBLIOGRAFÍA

ÁLVAREZ, L. A., NAÑEZ, S., & LÓPEZ, S. (2015). Monitoreo comunitario de aves en el Monumento Natural Yaxchilán, Chiapas. En R. Ortega, L. A. Sánchez, & H. Berlanda, *Plumas de multitudes. Integración comunitaria en el estudio y monitoreo de aves en México.* (págs. 111-126). Comisión Nacional para el Conocimiento y Uso de la Biodiversidad, México.

ANDER, E. (2003): *Repensando la investigación - acción participativa.* (4 ed.). Lumen Hvamnitas,

CAÑADA, E. (2013): *Turismo en Centroamérica. Un diagnóstico para el debate,* Enlace, Managua.

FERNÁNDEZ, R., & RUIZ, R. (2010): *Políticas publicas, beneficios privados. Mecanismos, políticas y actuaciones públicas para la globalización del turismo,* Foro de Turismo Responsable, Valencia.

GASCÓN, J., & OJEDA, D. (2014): *Turistas y campesinado. El turismo como vector de cambio de las economías campesinas en la era de la globalización*, Foro de Turismo Responsable. ACA. Pasos, Madrid.

GÓMEZ, D. (2015): *Turismo alternativo comunitario en Chiapas. ¿Sostenible o insostenible para las comunidades,* Trauco, Guadalajara.

GÓMEZ, D., CAMACHO, A., & PEÑA, M. d. (2012): Evaluación de proyectos turísticos comunitarios con indicadores de sustentabilidad. Estudio de cuatros casos en Chiapas. En S. M. Arnaiz, & G. Scartascini, *Desarrollo local y turismo* (págs. 336-360), Universidad de Guadalajara y Ediciones de la Noche, Guadalajara.

INSTITUTO GUATEMALTECO DE TURISMO (2011): *Estrategia nacional de turismo comunitario 2011-2015*, Instituto Guatemalteco de Turismo, Guatemala.

LIMA, S., GARCÍA, C., GÓMEZ, D., & EUSEBIO, C. (2012): “El turismo como una estrategia para el mundo en desarrollo: el Programa UNWTO Volunteers”. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, Número 10*, volúmen 3, pp. 303-314.

MALDONADO, C. (2005): *Pautas metodológicas para el análisis de experiencias de turismo comunitario,* Organización Internacional del Trabajo, Ginebra.

-------(2006): *Turismo y comunidades indígenas: impactos, pautas para autoevaluación y códigos de conducta*, Organización Internacional del Trabajo, Ginebra.

MALDONADO, C., & HERNÁNDEZ, G. (2011): *Guía para autogestión de sostenibilidad. Destinos turísticos comunitarios,* Organización Internacional del Trabajo, Perú.

MARTÍN, P., & SÁEZ, A. (2010): Turismo y desarrollo económico. En A. Sáez, M. Pablo, & J. Pulido, *Estructura económica del turismo* (págs. 93-140), Síntesis, S.A., Madrid.

MORALES, H. (2006): “Turismo comunitario: Una nueva alternativa de desarrollo indígena”. *Revista de antropología iberoamericana*, Número 1, Volúmen 2, Julio 2006, pp. 249-264.

PASTOR, M. J., & GÓMEZ, D. (2010): *Impactos sociocuturales en el turismo comunitario. Una visión desde los pueblos implicados (Selva Lacandona, Chiapas, México)*, Universidad de Alicante y Agua Clara, Alicante.

PÉREZ, C., ZIZUMBO, L., & GONZÁLEZ, M. (2006): “Impacto ambiental del turismo en áreas naturales protegidas; procedimiento metodológico para el análisis en el Parque Estatal El Ocotal, México”. *El periplo sustentable* Número 16, Julio 2009, pp. 25-56.

QUINTERO, J. (2004): “Los impactos económicos, socioculturales y medioambientales del turismo y sus vínculos con el turismo sostenible”. *Anales del Museo de América*, Número 12, pp. 263-274.

RED DE TURISMO SOSTENIBLE EN AMÉRICA LATINA. (02 de julio de 2015). *Redturs.* Obtenido de Redturs: http://www.redturs.org/inicio/docu/DeclaracionSan-Jose-Espa.pdf

SANTANA, A. (2006): *Antropología y Turismo. ¿Nuevas hordas, viejas culturas?*, Ariel, Barcelona.

SECRETARÍA DE DESARROLLO TURÍSTICO (1998): Los centros de contacto con la naturaleza. *Chiapas. Te quiere decir...*, 5-5.

TOSELLI, C. (2006): “Algunas reflexiones sobre el turismo cultural”. *Pasos: Revista de turismo y patrimonio cultural*, Número 4, Volúmen 2, pp. 175-182.

EL IMPACTO DEL TURISMO EN LAS COMUNIDADES LOCALES: UN TEMA PENDIENTE

Turismo y exclusión social en Mahahual, Quintana Roo

Lourdes Castillo Villanueva
David Velázquez Torres
María Luisa Hernández Aguilar

Integrantes del Cuerpo Académico de Geografía y Geomática. Universidad de Quintana Roo, México.

RESUMEN

El presente estudio identifica el proceso de exclusión social de la población local inducida por la actividad turística en la comunidad de Mahahual. Se analiza el modelo turístico a partir de la tipología establecida con énfasis en los impactos sociales locales, donde se identifica el modelo "segregado", "relativamente integrado" e "integrado. Se plantea la exclusión social como una consecuencia del modelo turístico a partir de la propuesta analítica de exclusión social que señala que los procesos de desempoderamiento extremo que se presentan en los mercados básicos que, si no son neutralizados por el acceso a la ciudadanía social, desembocan en situaciones de no participación en dinámicas básicas de pertenencia en la sociedad, esto es, son excluidos socialmente. La propuesta analítica se basa en la identificación de procesos de generación de exclusión. Las dinámicas que definen la pugna por el excedente, tanto en el campo de condiciones de explotación como de acaparamiento de oportunidades, son las causas que generan exclusión primaria. Y el no acceso a la ciudadanía social que podría neutralizar esa exclusión primaria, son las razones que explican que tal exclusión se consolide. A partir del tipo de turistas, relaciones con las comunidades locales, actores locales, origen, modelo de planificación y dimensión socio-territorial se identifica el modelo turístico de Mahahual. Posteriormente, el análisis de la exclusión social se aborda desde dos dimensiones: la forma de insertarse en el mercado laboral y la ciudadanía social, entendida como el disfrute de la población a la seguridad social y a la educación formal, lo cual da la perspectiva de inclusión/exclusión por una vía que compete al Estado. Las estrategias de investigación se basaron en entrevistas semiestructuradas y observación no participante. El turismo promovido en Mahahual se identifica como "relativamente integrado", surgido de una planificación a partir del desarrollo del mercado turístico con la participación de instituciones estatales con incidencia local, donde la relación con las comunidades locales se circunscribe a servicios complementarios y los beneficios locales se manifiesta en diversidad de empleos aunque de baja calidad persistiendo la inequidad y la exclusión social. Para que un desarrollo turístico sea sostenible es imprescindible que surja como un proyecto social, ambiental y económico. Esto no es el caso de Mahahual, donde el turismo surge como un proyecto exclusivamente económico, excluyendo a la población local de posibilidades de apropiación de excedentes, y peor aún basado en la explotación de su trabajo y sus recursos naturales. Existen planes y programas que aducen como objetivo mejorar la calidad de vida

de los habitantes, sin embargo esto sólo se observa en ciertos grupos privilegiados y para el grueso de la población queda sólo en letra muerta.

Palabras clave: Turismo, urbanización, exclusión social, segregación espacial

ABSTRACT

This study identifies the process of social exclusion of the local population induced by tourism in the community of Mahahual. Tourism model is analyzed from the typology established by Allen Cordero Ulate with emphasis on local social impacts, which identifies the model "segregated", "relatively integrated" and "integrated" based on the type of tourists, relationships with local communities, local actors, origin, model planning and socio-territorial dimension. Social exclusion arises as a result of tourism model and is analyzed from the analytical proposal of social exclusion raised by Juan Perez Sainz pointing if processes of disempowerment presented in core markets are not neutralized by the access to social citizenship, they lead to situations of non-participation in basic dynamics of belonging in society, that is, they are socially excluded. The analytical approach is based on the identification of processes generating exclusion. The dynamics that define the struggle for surplus, both in the field of operating conditions and opportunity hoarding, are the primary causes of exclusion. And no access to social citizenship that could neutralize the primary exclusion are the reasons that such exclusion is consolidated. From the type of tourists, relations with local communities, local actors, origin, model planning and socio-territorial dimension Mahahual tourism model is identified. Subsequently, the analysis of social exclusion is approached from two dimensions: how to enter the labor market and social citizenship as the enjoyment of the population to social security and formal education, which gives the prospect of inclusion / exclusionary. The research strategies were based on a survey of the local population and interviews with key stakeholders in the community. Tourism in Mahahual is characterized as a "relatively integrated" model emerged from planning through the development of the tourism market with the participation of state institutions with local impact, where the relationship with local communities is limited to complementary services and local benefits manifested in diversity but low quality jobs, inequality and social exclusion persist. For a sustainable tourism development is essential to emerge as a social, environmental and economic project. This is not the case in Mahahual, where tourism emerges as an economic project, excluding the local population possibilities of appropriation of surplus, and worse based on the exploitation of their labor and natural resources. Plans and programs claim as to improve the quality of life of the inhabitants, however this is only observed in certain privileged groups and for the bulk of the population remains only in dead letter.

Keywords: Tourism, urbanization, social exclusion, spatial segregation

1. INTRODUCCIÓN

Cualquier espacio geográfico es resultado de un determinado uso del suelo, casi siempre variado, por parte de un grupo humano, en relación e interdependencia con el uso de territorios próximos o alejados (Morales y Santana, 1993: 226). Las ciudades turísticas representan una nueva forma de urbanización orientada al consumo de bienes, servicios y

paisajes, a diferencia de las ciudades industriales organizadas principalmente para la producción de bienes: la urbanización turística (Luchiari, 2004).

El turismo es una actividad que consume el espacio, presenta un proceso de apropiación turística del espacio, y su desarrollo debe ser planificado con mucho cuidado ya que se trata no sólo de dotaciones de infraestructura como hoteles, restaurantes, puertos y aeropuertos sino también de "las características biofísicas o ecológicas de la oferta para responder a la nueva demanda, que exigirá por ejemplo dotaciones seguras de agua potable, instalaciones de saneamiento apropiadas, vertederos, etc." (Martínez, 1994: 336).
En México el turismo de playa es uno de los más importantes en cuanto a la derrama económica que significa, tercera fuente de ingresos después del petróleo y las remesas de emigrantes. Sin embargo, la actividad tiene efectos económicos, urbanos, sociales y ambientales, que amenazan a las zonas costeras, los lugares y ciudades que posibilitan la actividad (Enríquez, 2008: 1).

En los últimos años, el Estado de Quintana Roo ha llevado a cabo diversos proyectos de desarrollo para la región que colocaban al turismo como el eje principal de las actividades económicas, con ello diversas comunidades con potencial turístico se vieron envueltas en complejos procesos de urbanización cuyos resultados no fueron los esperados. Ejemplo de ello es Mahahual, una comunidad que se dedicaba principalmente a las actividades pesqueras y que no contaba con centros de recreación desarrollados, hasta que se puso en marcha el Gran Proyecto Costa Maya, que la colocó como el centro geográfico del corredor con miras a convertirse en el centro urbano más importante de la zona. El objetivo de este proyecto se encuentra en el Programa de Desarrollo Urbano de Mahahual (Gobierno del Municipio de Othón P. Blanco, 2005), y consiste en promover su desarrollo económico, consolidándolo como un centro integrador de servicios, bajo un esquema de desarrollo compartido y equilibrado entre el centro urbano y los centros rurales aledaños.
El modelo de turismo impulsado en Mahahual ha provocado un proceso de urbanización caótico, lo cual resulta en una diversidad de problemas ambientales urbanos como lo es la exclusión social y la segregación socio-espacial, que no contribuyen al desarrollo sostenible del destino turístico.

2. TURISMO, URBANIZACIÓN Y EXCLUSIÓN SOCIAL

2.1. Turismo y urbanización

Cordero (2006) plantea tres modelos de desarrollo turístico, con énfasis en impactos sociales locales, a partir del tipo de turistas, relaciones con las comunidades locales, actores locales, origen, modelo de planificación y dimensión socio-territorial:

- El modelo "segregado" o de "enclave" que surge de una planificación rígida y segregada, a partir del estado o de iniciativas privadas transnacionales en la globalización para turistas de clase alta y media de países económicamente desarrollados, con muy poca o nula participación de actores locales, dimensión socio-territorial considerada como "un no-lugar" donde no importa el espacio externo ya que lo que se valora altamente es el confort interno de los lugares de permanencia, ninguna relación con las comunidades locales, y donde los beneficios locales se centran en la generación de empleo, aunque de baja calidad, reproduciendo la inequidad.

- El “relativamente integrado” derivado de una planificación relativamente integrada a partir del desarrollo del mercado turístico para turistas de clase alta y media de países económicamente desarrollados, como del país receptor, con la participación de instituciones estatales con incidencia local, dimensión socio-territorial que promueve una “visión romántica” del espacio al agregar aventuras naturales y apreciación de restos de culturas ancestrales, donde la relación con las comunidades locales son básicamente en servicios complementarios, y donde los beneficios locales se manifiestan en una mayor diversidad en la generación de empleo, aunque de baja calidad, persistiendo problemas de equidad.

- Y, el modelo integrado o social a partir de la masificación de los destinos turísticos y el desarrollo de una cultura turística para turistas de clase media y baja de países económicamente desarrollados y subdesarrollados, incluyendo el país receptor, con la participación de hogares, organizaciones comunitarias, municipalidades y ONG, con la reafirmación del espacio social y territorial, donde la relación con la comunidades locales son variadas y se fomenta esta relación, y los beneficios se manifiestan en el aumento de alternativas de generación de ingresos y se tiende a una mayor equidad.

“El turismo es un fenómeno social, económico y cultural característico del siglo XX, estrechamente relacionado con la urbanización de algunas regiones costeras” (Quiroz, 2006: 56). Su expansión a nivel mundial a partir de la segunda mitad del siglo pasado ha llevado a la “(re)funcionalización de muchas localidades donde pasan a existir nuevas dinámicas resultantes de la incorporación de actividades de consumo, entretenimiento y turismo” (Körössy, Dias & Henriques, 2014: 177). La urbanización turística corresponde a las formas específicas de producción del espacio urbano en condiciones donde la actividad turística es preponderante en la economía local y que se refleja en el uso de suelo y morfología urbana (Mascarenhas, 2004).

“El proceso de urbanización es uno de los conceptos que más se ha prestado a confusiones y comúnmente se utiliza con distintos significados” (Miguel, 2011: 33). El mismo autor plantea que una interpretación se refiere al proceso por el cual se transforma un terreno no urbano, ya sea agrícola o forestal que a veces es considerado como espacios “vacíos”, en urbano dotándolo de servicios básicos como son agua, luz, drenaje y la pavimentación y se fraccione para su venta y edificación a través de promotores de bienes raíces del sector público o privado. Dicho proceso generalmente conlleva a un aumento de la población, a la expansión de la mancha urbana, el incremento de la inmigración y cambios en las formas de vida.

Sin embargo, en muchas ocasiones lo que se observa es la irregularidad urbana que gira en torno a tres vertientes: la que se refiere a la tenencia de la tierra, la que se ocupa de la trasgresión de reglas dictadas a través de la legislación urbana y la que se refiere al déficit y a la anarquía en la dotación de servicios urbanos. La ciudad es un fiel reflejo de la situación social de sus habitantes; la segregación social y las coyunturas económicas se perciben materialmente en el ensanchamiento de la ciudad (Cabrales, 2003: 146-149).

De acuerdo con el mismo autor (2003: 149-150), la formación del mercado inmobiliario en ciudades latinoamericanas se rigen por lógicas distintas planteadas en ciudades de países desarrollados en donde se atribuye principalmente a tres factores: suelo, edificación y localización. En las periferias urbanas por lo general el suelo presenta inseguridad en la

tenencia de la tierra y déficit de obras de urbanización. Por otro lado, su proceso de edificación se mantiene abierto, sobre todo en asentamientos auto-producidos. El tercer factor, de localización, se relativiza dada la incipiente red vial y sistemas de transporte, provocando una desarticulación relativa respecto a la ciudad central consolidada.

2.2. Exclusión social

En el marco de la globalización, las opciones de competencia de los países subdesarrollados, están dadas por la sobreexplotación de sus recursos naturales y la oferta de mano de obra barata; o peor aún, por la apertura indiscriminada de sus economías a la vorágine de los inversionistas extranjeros que poco interés tienen en preservar recursos ajenos o atender el bienestar social en los países receptores de dichas inversiones (Mansilla, 2000: 30-31).
Las ciudades turísticas, al igual que las industriales, propician procesos de expropiación y segregación socio-espacial. Por un lado, atraen población de diversas procedencias, generándose procesos de migración que en la mayoría de las ocasiones se ubican en las zonas más pobres y vulnerables. Por otro lado, la especulación inmobiliaria, principalmente de políticos e inversionistas nacionales y del extranjero, "es el mecanismo mediante el cual el capital reserva ciertas áreas de las ciudades para un uso potencialmente lucrativo, utilizando estrategias de apropiación del territorio y de exclusión social, fomentando así la segregación socio-espacial" (Jurdao 1992 citado en Ibarra, 2007: 203).

Entonces, se tiene que a través de la especulación inmobiliaria se genera un proceso de apropiación del espacio destinado al turismo y se genera la construcción de una ciudad dual, esto es, una ciudad del turismo y una ciudad oculta que excluye y segrega a la pobreza del escenario turístico; dos realidades urbanas, "una de frente abierta al turista y a las inversiones, y una de fondo que estaría ocultando las relaciones sociales de dominio y exclusión propias de las relaciones capitalistas de producción" (Ibarra, 2007: 203).

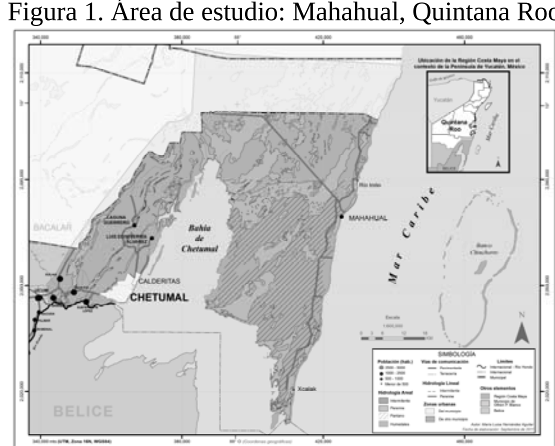
A su vez, Cordero (2006: 17) menciona que "la contradicción social [generado por las actividades turísticas] no puede ser más impactante: por un lado, los turistas extranjeros escalando las cumbres del placer recreado; mientras que, por otra parte, puede observarse a la población local con placer recortado". Aún más, se puede señalar que el turismo suscita procesos que incrementan la vulnerabilidad y reducen la resiliencia de las comunidades como consecuencia de la reducción de los medios de vida de la población local. Como ejemplo, "una gran cantidad de población local debe emplearse en el turismo, como recurso último de sobrevivencia, ante el recorte de posibilidades y la pérdida, incluso, de los bienes locales a manos del desarrollo turístico" (Cordero, 2006: 17).

Pérez (2012: 26) llama la atención sobre los denominados mercados básicos –laboral, de capitales, de seguros, de mercantilización de la tierra y del conocimiento- donde se presentan "procesos de desempoderamiento extremo que, si no son neutralizados por el acceso a la ciudadanía social, desembocan en situaciones de no participación en dinámicas básicas de pertenencia en la sociedad, esto es, son excluidos socialmente". Revisa distintas posiciones teóricas del concepto de exclusión social de las cuales resaltamos el paradigma de monopolio que enfatiza las relaciones jerárquicas de poder que crean monopolios sobre recursos socialmente valiosos por parte de grupos que impiden que otros grupos accedan a ellos. En este sentido, la exclusión hace referencia a las limitantes o imposibilidad de acceso a recursos para ciertos grupos (Pérez, 2012: 19-23).

3. MAHAHUAL

La comunidad de Mahahual se ubica en la parte sur del Caribe Mexicano y es la localidad más importante de la región conocida como Costa Maya (figura 1). Se encuentra a 142 km de Chetumal, capital del Estado de Quintana Roo. Según el censo de 2010 (INEGI, 2000), cuenta con una población de 920 habitantes, de los cuales 483 son hombres y 437 mujeres. Presenta un grado de escolaridad de 9,1 años. Surge en la década de los cuarenta, del siglo pasado, como un pueblo dedicado a la copra, la pesca y agricultura. Las actividades inician su conversión hacia el sector turístico en la década de los ochenta con la construcción de la carretera que comunica el poblado con la vía principal Chetumal-Cancún. A partir del año 2000, con la construcción del muelle de cruceros, surge un mayor impulso a la actividad turística desde el sector gobierno y privado, quienes invierten recursos para el mejoramiento de la infraestructura urbana-turística y la ampliación de la oferta de servicios turísticos como son hoteles y restaurantes.

Figura 1. Área de estudio: Mahahual, Quintana Roo



Fuente: elaboración propia

4. METODOLOGÍA

Se partió primero de una revisión de literatura relevante para el tema de estudio. Posteriormente se procedió a la recolección de información en dos visitas de campo donde se aplicaron técnicas de observación no participante y se realizaron entrevistas semi-estructuradas a una muestra de familias del Km. 55, Fraccionamiento y Viejo Mahahual seleccionados con la técnica de bola de nieve.

Los dos instrumentos de recolección de información fueron elaborados con base en tres categorías de estudio: turismo, urbanización y exclusión social. Las unidades de análisis fueron el Kilómetro 55, la Terminal de cruceros, el Fraccionamiento Mahahual y Mahahual Viejo, este último incluye la zona marítima donde se encuentran los arrecifes y se llevan a cabo actividades turísticas acuáticas. En la primera visita de campo se llevó a cabo un primer levantamiento de información. El propósito de la segunda visita fue complementar la información recabada y revisada en la primera salida. Se realizó el registro de tres observaciones no participantes y nueve entrevistas semiestructuradas en cada una de las cuatro unidades de análisis, excepto en la terminal de cruceros donde sólo se realizó observación no participante desde fuera de las instalaciones y mediante el uso de fotos aéreas del área. En total se obtuvieron 12 registros de observaciones no participantes y 27 entrevistas.

El análisis de esta información sirvió de soporte para caracterizar el modelo turístico, el proceso de urbanización y los procesos de exclusión social en la comunidad de Mahahual. Con base en la tipología establecida por Cordero (2006) se identificó el modelo turístico. La exclusión social fue abordada como una consecuencia del modelo turístico y urbano a partir de la propuesta analítica planteada por Pérez (2012).

5. RESULTADOS

En Quintana Roo, al igual que para el caso del espacio litoral grancanario documentado por Morales y Santana (1993), las estructuras turísticas determinan la organización y transformación del espacio geográfico y delimitan sus problemas más sensibles, considerando su importancia espacial por su extensión de ocupación y su preponderancia en la economía estatal, 23.5% del PIB Estatal (INEGI, 2014). Las otras estructuras económicas se encuentran subordinadas al turismo que las ha convertido en marginales. Según INEGI (2015), la actividad primaria en el estado decreció 3.4% durante el cuarto trimestre de 2014 respecto al mismo trimestre del año anterior.

Mahahual ha sido promocionado como un sitio turístico con un modelo de desarrollo urbano-turístico sostenible y como un área estratégica para detonar el desarrollo económico del sur del estado. Sin embargo, con el proyecto Costa Maya para el desarrollo de un turismo sostenible y aprovechando el atractivo de la zona costera, se inició un acelerado proceso de especulación inmobiliaria con el consecuente aumento del valor del suelo haciéndolo accesible principalmente para los grandes inversionistas nacionales y extranjeros. Esto ha generado procesos de exclusión social y segregación espacial en la población nativa, ya sea por no poder acceder a la tenencia de la tierra o por la necesidad de vender sus terrenos como resultado de la disminución de sus medios de vida, sobre todo su capital financiero. Como señala Sabatini (2006) "el precio del suelo, de estar determinado por el uso, se convierte en un factor que excluye usos. Los propietarios fijan su precio con base en los usos esperados".

En 2001 la actividad turística se concentró en los visitantes de cruceros, desarrollándose de manera continua hasta 2007 cuando el huracán Dean azotó la región y destruyó el muelle. Ante tal situación se invirtieron grandes cantidades de recursos monetarios en infraestructura turística y servicios urbanos. Los recursos fueron tripartitas entre los gobiernos federal, estatal y municipal para reconstruir el muelle de cruceros y mejorar la imagen urbana en el pueblo de Mahahual, dando de esta forma mayor continuidad a los *cruceristas* (Alcántara, 2008). Entonces las inversiones fueron prácticamente para reconstrucción de espacios turísticos, minimizando los apoyos para solventar las necesidades de recuperación de la población local.

Según los instrumentos de planeación, Mahahual no podrá crecer más allá del fundo legal, lo que implica que toda la población que sea atraída por el desarrollo turístico para la región deberá ubicarse dentro de esos límites. Sin embargo, esto se percibe poco probable sobre todo por el uso de casi una tercera parte del suelo disponible para actividades turísticas. La estructura planteada en el programa de desarrollo urbano deja claro la futura conformación de dos dinámicas urbanas distintas, claramente delimitadas desde el punto de vista espacial. Por un lado, al este se proyecta el gran desarrollo turístico, que si bien en el documento se plasma como de servicios de apoyo a la actividad, también contempla el uso de suelo para la construcción de una zona hotelera, campo de golf y zona habitacional

turística. Por el otro lado, al oeste se ubican los barrios con la población que será la mano de obra futura de los grandes desarrollos turísticos (Castillo et al., 2010).

La alta concentración de la actividad económica en el sector turístico ha generado una serie de transformaciones socioambientales y una evidente fragmentación socioespacial, donde se identifican cuatro áreas claramente diferenciadas: el Km 55 asentamiento irregular con enormes deficiencias en el acceso a servicios de agua, luz, drenaje, pavimentación de calles, entre otros y en proceso de regularización, aunque a un ritmo muy lento; el Fraccionamiento Mahahual construido a partir de iniciativas de promotores privados con intereses en el turismo de cruceros para el alojamiento de los trabajadores turísticos, y que cuenta con los servicios básicos; la Terminal de Cruceros, sitio de servicios turísticos y de acceso exclusivo para los cruceristas; y por último, Mahahual Viejo, asentamiento del pueblo original a orillas de la playa, donde se ubica la mayoría de los hoteles y restaurantes turísticos.

La actividad turística en Mahahual desencadena procesos de exclusión social que, de acuerdo con Jiménez (2008), "se vinculan con la ciudadanía social, es decir, con aquellos derechos y libertades básicas de las personas que tienen que ver con su bienestar (trabajo, salud, educación, formación, vivienda, calidad de vida…)". También ha detonado procesos de deterioro de los ecosistemas de arrecifes de coral ya que "las actividades turísticas están alterando la calidad del agua y generando contaminación por nutrientes que propician eutrofización. Este proceso impacta negativamente la cobertura, abundancia y diversidad de los arrecifes coralinos" (Torres y Calva, 2012: 49). En el caso de los manglares, se ha documentado el cambio de uso de suelo por desarrollo de infraestructura turística y urbana en Mahahual y pérdida de cobertura de manglar por construcción de poblados y caminos (Islebe, Torrescano, Valdez, Tuz y Weissenberger, 2009; Hirales, Espinoza, Schmook, Ruiz y Ramos, 2010).

A continuación se presentan extractos de algunas entrevistas realizadas a la población de Mahahual:

> Los beneficios de la construcción del muelle para el pueblo son pocos, todos son para el puerto. No existió nunca una normatividad sólo fue el trato directo con el gobernador y los inversionistas. La población está separada de los beneficios del turismo. Son pocos los que visitan el pueblo, todos llegan con mala publicidad del pueblo. Casi no consumen los turistas del crucero, les inventan o hablan mal del servicio local. Los turistas no salen de la terminal y al construir el parque menos [el concesionario de la terminal está construyendo un parque acuático muy cerca de la terminal para lo cual el gobierno le autorizó el cambio de uso de suelo de habitacional con densidad media a turístico]. Falta de interés de parte de las autoridades respecto a problemas de trabajo, robos,…en el pueblo. Con el turismo se matan los arrecifes. El arrecife se dinamitó [cuando se construía el muelle]. Chocó un barco en los arrecifes, lo quebró. Por las construcciones se perdieron los manglares. En cada lluvia se inunda [Km 55] pues había manglares. Exceso de basura en el mar. Hay parte de la playa donde construyen y no está permitido [hotel construido en la playa]. Agua y luz siempre hay, diario pasa la basura [Fraccionamiento Mahahual]. No contamos con servicios, sólo luz provisional, muchos moscos que transmiten dengues [Km 55].

6. CONCLUSIONES

El modelo neoliberal como base del desarrollo ha "eliminado los controles nacionales a la inversión extranjera y fortalecido los derechos de los grandes inversionistas" (Monterroso, 2011: 281), contrastando los grandes beneficios económicos de los empresarios-turísticos-

capitalistas-transnacionales con el aumento de los niveles de pobreza y marginación en los emplazamientos turísticos, donde “las sociedades en general contemplan la expoliación, el deterioro y la destrucción de sus recursos” (Monterroso, 2011: 289).

Una fuente de desigualdad de tipo político, y que puede llevar a procesos de exclusión social, son los “acuerdos entre grupos de poder económico y político, los cuales favorecen el desarrollo de determinadas empresas, sectores y regiones” (Miguel, 2011: 23). La terminal de cruceros en Mahahual evidencia de manera clara lo anterior. El muelle de cruceros fue concesionado por cien años a un inversionista privado con gran influencia económica y política. Lo cual le ha servido para restringir el acceso a la terminal de cruceros a vendedores o taxistas locales, monopolizar la oferta de servicios turísticos para los cruceristas y desacreditar la calidad y honradez de los servicios que se ofrecen en el pueblo costero. “Las dinámicas que definen la pugna por el excedente, tanto en el campo de condiciones de explotación como de acaparamiento de oportunidades, son las causas que generan exclusión primaria” (Pérez, 2012: 37).

A pesar de haberse anunciado un proyecto turístico sustentable para la región Costa Maya con centro articulador en Mahahual la realidad que se vive actualmente se aleja por mucho del imaginario proyectado en los diversos instrumentos de planificación. Este asentamiento de apenas 920 habitantes (INEGI, 2010), y con una historia reciente basada en el turismo presenta ya diversas problemáticas de una ciudad turística de dimensiones mayores, entre las cuales podemos mencionar la exclusión social, segregación socio-espacial, degradación ambiental, acceso reducido y de baja calidad de medios de vida y el incremento del riesgo de desastre. Sosa (2015) menciona que el resultado del proyecto de Mahahual “ha sido la presencia de contradicciones en las propias políticas, además de problemas urbanos similares a los que se presentan en otros destinos del Caribe Mexicano”. Lo anterior debería atraer el interés de los grupos políticos, empresarios, organizaciones civiles y población. Lo anterior resulta contrastante con lo que ya se resaltaba a principios del siglo XX, para el caso español, el agotamiento del paradigma del modelo de desarrollo turístico basado en la intensiva explotación de los recursos costeros medioambientales y la venta continua y depredadora del territorial litoral (Vera, 1990: 61).

El modelo turístico de Mahahual se puede asemejar a uno “relativamente integrado”, según la tipología de Cordero (2006), caracterizado por un turismo donde la comunidad local participa principalmente con servicios complementarios; donde persisten problemas de empleo de baja calidad y con mínimas prestaciones laborales; existe escasa identidad local; se observan impactos ambientales negativos como es el caso de los ecosistemas de arrecifes y de manglares, esto último concuerda con lo señalado por Hiernaux y Lindón (2006) en cuanto a que los ecosistemas costeros son uno de los más afectados por la actividad turística; y claros signos de exclusión social y segregación espacial. Se requiere equilibrar las tres fuerzas principales -el mercado, el Estado y la comunidad- para transitar hacia un modelo turístico más social.

El modelo de urbanización-turística en Mahahual dista mucho de ser sostenible. Para que se logre un desarrollo urbano-turístico sostenible será imprescindible primero que los programas y proyectos de desarrollo sean incluyentes y surjan como propuestas integrales con objetivos desde luego económicos pero basados en principios de equidad social y de respeto a los ecosistemas costeros que constituyen la base material de su reproducción. Y segundo, que el Estado a través de sus autoridades, sobre todo locales, respete y haga

cumplir las leyes, normas y reglamentos de manera imparcial, sin preferencias a cambio de dádivas y corruptelas.

Ante lo expuesto reafirmamos el supuesto de que el modelo de turismo impulsado en la pequeña localidad de Mahahual, ha provocado un proceso de urbanización caótico, lo cual resulta en una diversidad de problemas como exclusión social, segregación socio-espacial y deterioro de ecosistemas de manglares y arrecifes.

Agradecimientos

A la División de Ciencias e Ingeniería de la Universidad de Quintana Roo por los apoyos otorgados al proyecto de investigación "Urbanización, turismo y problemas ambientales urbanos en Mahahual" registrado con la clave UQROO/DCI/PI/04/15, cuyos resultados parciales son presentados en este artículo. Así mismo a los alumnos en estancia de verano de investigación científica 2015 que apoyaron en el trabajo de campo: Paola Ramírez Hernández, Iris Valencia Cabrera, Humberto Lorenzo González, Araceli Altamirano Rodríguez, Keila Velasco Guevara, Zuri Rosas Cruz y Laura Herrera Ortiz.

BIBLIOGRAFÍA

ALCÁNTARA, C. (13 de junio de 2008): "Reanudará operaciones en septiembre el muelle de Mahahual". En *México Libre*.

CABRALES, F. (2003): "Tejido urbano y modernización ciudad-región". En Olivera, P. (Coord.). *Espacio Geográfico. Epistemología y diversidad* (pp. 143-188). Universidad Nacional Autónoma de México.

CASTILLO, L., VELÁZQUEZ, D., ITURBE, A., LÓPEZ, D. (2010): "La planeación urbana-regional en Costa Maya". En Campos, B. (Coord.): *Análisis territorial del turismo. Región Costa Maya* (pp. 75- 110). Plaza y Valdés y Universidad de Quintana Roo, México.

CORDERO, A. (2006): *Nuevos ejes de acumulación y naturaleza. El caso del turismo*. Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (CLACSO), Buenos Aires.

ENRÍQUEZ, J. (2008): "Segregación y fragmentación en las nuevas ciudades para el turismo. Caso Puerto Peñasco, Sonora, México". *Topofilia. Revista de Arquitectónica, Urbanismo y Ciencias Sociales*, vol. I, núm. 1, septiembre 2008.

GOBIERNO DEL MUNICIPIO DE OTHÓN P. BLANCO (2005): "Programa de Desarrollo Urbano de Mahahual". Periódico Oficial del Gobierno del Estado de Quintana Roo, Tomo I, núm. 14, Extraordinario, Sexta Época, 17 de marzo.

HIERNAUX, D. y LINDÓN, A. (2006): *Tratado de Geografía Humana*. Antrophos y Universidad Autónoma Metropolitana, España.

HIRALES, H., ESPINOZA, J., SCHMOOK, B., RUIZ, A. y RAMOS, R. (2010): "Drivers of mangrove deforestation in Majahual-Xcalak, Quintana Roo, Southeast Mexico". *Ciencias Marinas,* Vol. 2, núm. 36, pp. 147-159.

IBARRA, R. (2007): "Segregación socio-espacial en ciudades turísticas: El caso de Canela (RS), Brasil". *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 16(2), pp. 195-215.

INEGI, Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (2000): *Estados Unidos Mexicanos. XII Censo de Población y Vivienda*.

INEGI, Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (2014): *Cuaderno de información oportuna regional*.

INEGI, Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (2015): *Indicador trimestral de la actividad económica estatal durante el cuarto trimestre de 2014*. Boletín de prensa núm. 156/15, 30 de abril.

ISLEBE, G., TORRESCANO, N., VALDEZ, M., TUZ, M. y WEISSENBERGER, H. (2009): "Efectos del impacto del huracán Dean en la vegetación del sureste de Quintana Roo, México". *Foresta Veracruzana*, vol. 11, núm. 1, pp. 1-6.

JIMÉNEZ, M. (2008): "Aproximación teórica de la exclusión social: complejidad e imprecisión del término. Consecuencias para el ámbito educativo". *Estudios Pedagógicos*, vol. XXXIV, núm. 1, 2008, pp. 173-186.

KÖRÖSSY, N., DIAS, I. & HENRIQUES, J. (2014): "La génesis de las ciudades turísticas. Un Análisis del proceso de urbanización turística de Portimão (Portugal)". *Estudios y Perspectivas en Turismo*, vol. 23, núm. 1, enero-, 2014, pp. 176-189.

LUCHIARI, M. (2004): "Urbanizacao turística: um novo nexo entre lugar e o mundo". En Serrano, C., Turini, H. y Luchiari, M. (Orgs.): *Olhares contemporáneos sobre o turismo* (3ª Ed.) (pp. 105-130). Papirus Editora, Campinhas, Sao Paolo.

MANSILLA, E. (2000): *Riesgo y ciudad*. UNAM, México.

MARTÍNEZ, F. R. (1994): "El impacto ambiental del turismo". En *Desarrollo regional y crisis del turismo en Andalucía: Actas del simposio hispano-francés* (pp. 331-338), Almería 25-29 de junio, 1991, Instituto de Estudios Almerienses.

MASCARENHAS, G. (2004): "Cenários contemporâneos da urbanização turística". *Caderno Virtual de Turismo*, vol. 4, núm. 4, pp. 1-11.

MIGUEL, A. (2011): *Fundamentos de la Planificación Urbano-Regional*. Instituto Tecnológico de Oaxaca, México.

MONTERROSO, N. (2011): "La insustentabilidad del turismo sustentable". En Arroyo, J. y Corvera, I. (Comp.): *Desarrollo insostenible. Gobernanza, agua y turismo* (pp. 277-294). Universidad de Guadalajara, Profmex/World, Juan Pablos Editor, Guadalajara, México.

MORALES, G. y SANTANA, A. (1993): "Procesos de construcción y transformación del espacio litoral grancanario inducido por el fenómeno turístico". *ERIA, Revista de Geografía*, (32), pp. 225-246.

PÉREZ, J. (2012): "Exclusión social. Una propuesta crítica para abordar las carencias materiales en América Latina". En Pérez, J. (Ed.): *Sociedades fracturadas: la exclusión social* (pp. 11-48). San José, Costa Rica: FLACSO.

QUIROZ, H. (2006): "Urbanismo reciente y nuevas identidades en México". *HAOL*, Núm. 9 (Invierno, 2006), pp. 53-61.

SABATINI, F. (2006): *La segregación social del espacio en las ciudades de América Latina*. Banco Interamericano de Desarrollo.

SOSA, P. (2015, En prensa): "Majahual, destino turístico y de cruceros: Notas sobre las contradicciones de la gestión pública". En Hiernaux, D. (Coord.): *Turismo, sociedad y Territorio: Una lectura crítica. Libro Homenaje a Manuel Rodríguez Woog* (pp. 123-140). Universidad Autónoma de Querétaro.

TORRES, M. y CALVA, L. (2012): “Nutrientes en arrecifes de coral. Un caso de estudio”. *ContactoS*, Vol. 85, pp. 42–50.

EL IMPACTO DEL TURISMO EN LAS COMUNIDADES LOCALES: UN TEMA PENDIENTE

La relación turismo – comunidades rurales: salir de la oposición de discursos

Maxime KIEFFER

Escuela Nacional de Estudios Superiores ENES Unidad Morelia – Universidad Nacional Autónoma de México. México.

RESUMEN

Desde hace veinte años, el desarrollo del turismo alternativo se ha extendido en México, impulsado por las agencias de gobierno y los organismos internacionales como una solución para combatir la pobreza en áreas rurales, preservar el medio ambiente, y diversificar la oferta turística del país. Actualmente, existe una polarización en las posturas sobre los efectos del turismo alternativo en las comunidades locales. Por un lado, el turismo alternativo está presentado como una solución milagrosa para resolver los problemas del mundo rural y, por el otro, otra tendencia afirma que muy pocas veces el turismo cumple con sus objetivos y que genera impactos negativos.

Este desacuerdo profundo nos hace preguntarnos sobre qué bases esas posturas se fundamentan, a nivel teórico, ideológico y metodológico. ¿Se trata de una interpretación divergente de una misma situación, de una focalización sobre casos de estudio con resultados diferentes, o de un conflicto más complejo?.

En este contexto, el objetivo de este trabajo fue entender mejor porqué los estudios sobre el turismo alternativo pueden llegar a resultados, según desde donde los vemos, sorprendentemente distintos y a veces opuestos, y porqué los discursos acerca de esa actividad, y de sus efectos, son tan diversos. Después de presentar esta polarización en el campo académico-social, avanzamos aquí la hipótesis según la cual los análisis sobre los efectos del turismo en las sociedades locales son sesgados por cuestiones disciplinarias y enfoques conceptuales, así como en función de la proveniencia (académica, social, privada, gubernamental) y de las posturas ideológicas de quienes conducen los estudios. Esa dualidad de interpretación podría ser también causada por una generalización precipitada a partir del análisis de un número reducido y geográficamente situado de casos de estudio.

El trabajo concluye que, más que validar una u otra de las dos posturas actuales contradictorias, el reto del estudio de la relación entre el turismo alternativo y las comunidades locales, es alcanzar a definir mejor los criterios objetivos y subjetivos que determinan si un efecto es beneficioso o pernicioso así como los procesos de cambio que viven las sociedades involucradas en este tipo de actividades. Sin pretender ser exhaustivo, el presente trabajo resaltó algunos temas pendientes y relevantes para profundizar el debate sobre el turismo alternativo.

Palabras clave: turismo rural comunitario, sociedad local, desarrollo, efectos

ABSTRACT

During the last 20 years, the development of alternative tourism has expanded in Mexico, supported by public and international organizations, as a solution to fight poverty in rural areas, protect the environment and broaden the touristic options the country has to offer. As far as the impact of alternative tourism on local communities is concerned, the debate is currently divided between two opposite positions. Some consider alternative tourism as a miraculous solution for the rural world problems while others maintain that tourism rarely fulfills its promises and generates negative impacts.

This discussion lead us to question which bases those positions stem from, on a theoretical, ideological and methodological level. Is the discussion polarized because of divergent interpretations of a same situation, or because each side focuses on different case studies with opposite results or because of a more complex conflict?

In this context, the objective of this paper is to get a better understanding of the reasons why research on alternative tourism can lead to such divergent conclusions, and why discourses about this activity are so conflictive. After a presentation of this polarization in the academic and social fields, we propose a hypothesis that considers the influence of disciplinary and conceptual perspectives on the analysis of tourism impacts on local societies. Depending on the origin of the observer (academic, social, independent, public) and its ideological position, the results of the research may vary. Another reason for this duality of interpretations could be the hasty generalization based on a small number of case studies from a limited range of geographical situations.

This paper concludes that, when we address the issue of the relationship between tourism and local communities, the question is, beyond validating one theory or the other, to be able to define under which conditions (objective and subjective) can a project of alternative tourism have positive effects and under which conditions it is more likely to produce undesired effects, and to understand better the changes communities who get involved in that activity can go through. Although it’s not an exhaustive study, this paper underlines some pending and relevant topics to broaden the discussion on alternative tourism.

Key words: Community based rural tourism, local community, development, impacts

INTRODUCCIÓN

A partir de los años 90, y aún más a partir del año 2000, el desarrollo del turismo alternativo, - en una acepción vasta comprendiendo el ecoturismo, el turismo rural comunitario, etc. - se ha extendido en México. Actualmente, existe una tensión en la comunidad científica entre dos acercamientos, dos posturas, sobre la relación entre turismo y sociedades locales. Una apunta el papel fundamental del turismo para el desarrollo comunitario y presenta el turismo como una solución ideal para resolver los problemas del mundo rural; la otra, al opuesto, argumenta que las políticas de desarrollo turístico en áreas naturales y rurales no alcanzan sus objetivos de lucha contra la pobreza y contribuyen a

crear nuevas desigualdades. Esa oposición nos hace preguntarnos sobre qué bases esas posturas se fundamentan, tanto a nivel ideológico y teórico como a nivel de las experiencias de campo.

Frente a esta situación, el objetivo de este trabajo fue entender mejor porqué el análisis de los efectos del turismo alternativo en las comunidades locales pueden producir resultados, según desde donde los vemos, sorprendentemente distintos y a veces opuestos, y porqué los discursos acerca de la actividad de turismo alternativo, y de sus efectos, son tan diversos.

1. EL TURISMO ALTERNATIVO: ¿REMEDIO O VENENO PARA EL MUNDO RURAL?

1.1. La panacea

El turismo es una práctica planetaria que registra alrededor de un mil millón de movilidades internacionales al año, y sin duda aún más movilidades intra-nacionales. El fenómeno es entonces en el centro de numerosas preocupaciones y políticas de desarrollo económico y social con la finalidad de captar la riqueza económica derivada. Frente a los cambios de las sociedades campesinas y a las crisis profundas que afectan las economías tradicionales y las amenazan de desaparecer, el turismo es generalmente presentado como una panacea que va a salvar los problemas del mundo rural (Cerón y Sánchez, 2009, Mantero, 2008; Schulenkorf, 2009), como un medio de desarrollo y de lucha contra la pobreza (Ashley, Roe y Goodwin, 2001 ; Manyara y Jones, 2007 ; OMT, 2004 ; Ruiz. 2008 ; Spenceley y Seif, 2003) y, también, para la protección del medio ambiente (Bovarnick y Gupta, 2003 ; Ross y Wall, 1999). Esta tendencia es reforzada por las Instituciones internacionales y gubernamentales que están movilizadas alrededor de los Objetivos del Milenario para el Desarrollo (OMD) cuyo objetivo es la reducción de la extrema pobreza. A nivel turístico, instituciones internacionales tales como la Organización Mundial del Turismo (OMT), el *Overseas Development Institute* (ODI), el *International Institute for Environment and Development* (IIED) y el *Institute Centre for Responsible Tourism*, han encabezado y siguen apoyando programas para luchar contra la pobreza mediante el turismo[1].

Además de esa relación casi simbiótica entre turismo y desarrollo promovida por los organismos internacionales y gubernamentales, la actividad turística en espacios rurales con alta conservación biológica ha sido vista como una respuesta a la crisis ecológica actual. Para comprender este fenómeno es necesario remitir a la conceptualización de la conservación del medioambiente que hacen los organismos internacionales. Ella se basa en la visión norteamericana de la ecología en donde el humano queda excluido de su entorno natural: el ecologismo (Wintz, 1995). En una situación de crisis ecológica global la solución se encontraría en la creación de reservas intocables en donde el humano no debe interferir con los procesos ecológicos. Así, organizaciones internacionales e instituciones públicas han tratado de elaborar políticas de protección del medio ambiente, medidas de ordenamiento ecológico y buscar alternativas económicas sustentables, entre las cuales

[1] Los principales programas son el Pro-Poor Tourism (PPT) y el Sustainable Tourism – Eliminating Poverty (ST-EP).

encontramos una amplia variedad de modelos de turismo alternativo tal como el ecoturismo, una actividad enfocada en la práctica de actividades turísticas en áreas naturales protegidas. El ecoturismo fue presentado como una actividad económica que propondría una alternativa a las comunidades locales para aprovechar económicamente sus recursos naturales al mismo tiempo que satisficiera la demanda de los ecoturistas. La creciente demanda de los turistas en descubrir la naturaleza salvaje asociada a esa búsqueda de alternativas sustentables dio lugar a una doble presión sobre los decidores políticos para satisfacer esas exigencias.

1.2. La plaga

Frente a este discurso poco crítico sobre los beneficios del turismo alternativo, tanto hacía el desarrollo como hacía la conservación de los recursos naturales, encontramos una corriente opuesta, muy crítica sobre el turismo, que lo ve como una actividad exógena, impuesta por agentes externos, que genera muchos impactos socioculturales, y que busca explotar al máximo la cultura y la naturaleza. Esa postura identificada por Palafox y González Damián (2014) como una de las principales en las publicaciones en español en el campo de la sociología del turismo, concibe el turismo como un instrumento de la modernización impulsado por los Gobiernos y como consecuencia de la mundialización del capital. Se enfoca en resaltar los efectos negativos del turismo, sus impactos en las comunidades rurales, asociados generalmente a cambios culturales y sociales, pérdidas de valores, cambios estructurales en la organización familiar y comunitaria, etc. Se plantea en particular de analizar cómo la introducción del turismo en áreas naturales y/o rurales favorece la "acumulación por desposesión", una estrategia que significa adquirir espacios, generar riqueza (en este caso con el desarrollo de un turismo exclusivo de alta rentabilidad) hasta agotar el territorio y reproducir el modelo en otros lugares.

En cuanto a la creación de reservas naturales o áreas protegidas, se ha analizado que los criterios sociales (procesos participativos, necesidades de las comunidades, etc.) se quedaron por detrás de los criterios biológicos. Paré y Fuentes (2007) han documentado que en la Reserva de los Tuxtlas, Veracruz, los criterios empleados para impulsar el turismo se basaron en un concepto biologicista de la conservación, donde prevalecieron los intereses por los valores naturales, por encima de la importancia de hacerlos compatibles con las necesidades de la población local. Además, el acceso al nuevo recurso – el turismo – no siempre está al alcance de las comunidades locales que trabajaban antes esa tierra. Las experiencias de esa política de conservación ambiental y de desarrollo que busca proteger los procesos biológicos de un territorio al prohibir o limitar su acceso a la gente que vive allí desde hace años y en el cual tiene actividades sociales, económicas y culturales, y abrirlo a la actividad turística no siempre alcanzaron sus objetivos y, en ciertos casos, llegaron a violentar el derecho al territorio de la población local (Frapolli, 2006). La creación de áreas naturales que permiten la realización de actividades ecoturísticas dio lugar a algunos casos de expropiación de la población residente (Reserva de la Biósfera Montes Azules por ejemplo), mientras impulsa por otro lado una gran campaña de promoción de turismo de naturaleza (Cortés y Paré, 2005; Martinelli, 2004). Este proceso de cambio del uso múltiple tradicional del recurso al de servicio que la ecología política denomina "conflictos ecológicos distributivos" (Martínez, 2004), al dar valor monetario a la biodiversidad, ocasiona conflictos para determinar qué práctica es más aprovechable económicamente hablando que otra. El turismo, siempre etiquetado como una actividad de

alto rendimiento, justifica entonces la inserción de las riquezas naturales y culturales en el mercado turístico (Machuca, 2008). Al convertir el recurso natural tradicional en recurso turístico controlado desde afuera, se crea un mito de la naturaleza intocable y salvaje separada de la gente, y se plantean, a partir de la conservación, las bases de la explotación exógena de los recursos.

2. EL TURISMO ALTERNATIVO EN LA ACTUALIDAD: SALIR DE LA OPOSICIÓN DE DISCURSOS

2.1. Situación actual

Una vez definida esa oposición de discursos, parece oportuno preguntarnos si ¿esos dos discursos se basan en estudios de casos distintos en los cuales en algunos casos se podrían observar beneficios del turismo alternativo en las comunidades locales y en otros efectos negativos? O bien ¿esas posturas interpretativas opuestas podrían "verificar" su "teoría" en un mismo estudio de caso?.

Para responder a esas preguntas se necesitaría un estudio extenso de las investigaciones realizadas sobre el turismo alternativo que no se ha podido llevar a cabo para esta comunicación. Sin embargo, dada la polarización ideológica de las posturas que acabamos de describir, se hace la hipótesis que muchos análisis sobre la relación del turismo con las sociedades locales sean sesgados por cuestiones disciplinarias y enfoques conceptuales, así como en función de la proveniencia (académica, social, privada, gubernamental) y de los marcos teóricos de quienes conducen los estudios. Esa interpretación de la situación de la investigación sobre el turismo alternativo tendería a confirmar que son las posturas teóricas a-priori, las disciplinas, los intereses particulares de quienes realizan los estudios, los que orientan las interpretaciones y los análisis sobre el turismo alternativo. Según esta hipótesis, para un mismo estudio de caso, estaríamos enfrente de una situación de producción de conocimientos "corroborados" de teorías explicativas locales opuestas, contradictorias, en las cuales al mismo tiempo un análisis afirmaría por ejemplo la reducción de la pobreza, y otro observaría la creación de nuevas desigualdades, impactos negativos, etc.

Pero también es común escuchar a académicos, asesores gubernamentales, incluso turistas, comentar que tal proyecto es un éxito y que ha traído beneficios a la comunidad anfitriona, o que desde que llegó el turismo en tal otro lugar, han llegado los problemas. Dependiendo de los casos particulares, encontramos situaciones de iniciativas "clasificadas" como "positivas" o "exitosas", tales son los casos por ejemplo de Las Guacamayas en Chiapas, Los Pueblos Mancomunados en Oaxaca o bien del hotel Taselotzin en Cuetzalan, Puebla; y otras como "negativas" o "fracasos"[2]. De ahí que el análisis de un número reducido y geográficamente situado de casos de estudio no debería permitir obtener conclusiones aplicadas a todo el turismo alternativo en general. Por otro lado, y en consecuencia, para poder abrir el debate con bases sólidas y sin generalizaciones, se necesitaría precisar a qué se refiere uno por éxito o fracaso, por positivo o negativo.

---

[2] Existe una gran cantidad de iniciativas ecoturísticas en Chiapas y en la Península de Yucatán por ejemplo que han recibido apoyos gubernamentales pero que nunca han llegado a operar o bien muy poco tiempo. Para más información véase • García, A, Jouault, S y Romero, D. (en prensa). Atlas de turismo alternativo de la península de Yucatán. Mérida : UADY FCA y CINVESTAV-Unidad Mérida.

Finalmente, este diálogo de sordos en los análisis sobre los efectos del turismo alternativo en las comunidades locales conduce a definir nuevas estrategias de investigación para salir de esa oposición que polariza el debate y no permite generar datos aprovechables para el sector, comunidades rurales en particular.

2.2. Salir de la oposición de discursos

Frente a esta situación, un trabajo pendiente en la investigación en turismo consiste en entender mejor la relación entre turismo y sociedades locales para poder salir de la oposición de discursos turismo = beneficio y/o turismo = plaga.
Sin pretender ser exhaustivo, hay varios temas, líneas, que podrían ser explorados para ayudar a entender mejor esa relación turismo – sociedad local. Por ejemplo, sería interesante determinar qué se entiende por impacto positivo o negativo. ¿Positivo para quien? ¿Negativo para quien? ¿Desde una perspectiva subjetiva? ¿o de manera objetiva? Incluso cabría determinar criterios fiables de éxito/fracaso según varias perspectivas para poder establecer balances.

Más que hablar de "impacto" del turismo habría que hablar de relación turismo – sociedad local, reafirmar el carácter complejo del sistema turístico. El término "impacto" conlleva el sentido de algo definitivo, repentino, cuando en realidad la relación turismo – comunidades rurales es evolutiva en el tiempo, y es importante considerarla desde una perspectiva histórica y centrarse más en los procesos.

Los criterios usados para juzgar los efectos del turismo dependen de la parcialidad de las visiones de los observadores. Por ejemplo, un académico con una visión muy estricta de lo que debería ser una actividad de turismo alternativo podría llegar a criticar fácilmente cualquier iniciativa y decir que no funciona porque no respeta tal o cual precepto, cuando tal vez para los actores locales la iniciativa funciona bien solo por el hecho de que genera ingresos. Otra situación podría ser la del economista que después de analizar las cuentas de una iniciativa concluye que el proyecto no funciona, que no es rentable, cuando al actor local no es tanto el tema de los ingresos que le interesa sino el de la revalorización cultural de su pueblo. De allí la importancia de estudiar los procesos que ocurren en la implementación y en la gestión de una iniciativa turística de carácter comunitaria desde varias perspectivas.

Los motivos que animan las comunidades a insertarse en la actividad turística de carácter comunitaria pueden ser muy diversos, y ello condiciona los factores de éxito o de fracaso de esas iniciativas. De la misma manera, los procesos en juego al momento de concebir, evaluar, implementar una actividad turística tienen mucha importancia en relación a los cambios experimentados por las comunidades rurales y tendrían que ser tomados en cuenta al momento de analizar la relación turismo – sociedad local. Enfocar el diagnóstico en cierto tipo de resultados sin evaluar los procesos en curso condiciona también la percepción de los efectos.

La cuestión del concepto de comunidad - y sus problemáticas derivadas - podría también ser interesante para entender mejor la relación turismo - sociedad local. Los decidores

tienden a ubicar la comunidad de acogida como un bloc homogéneo donde no hay conflictos (Tosun, 2000). Sin embargo, en la actualidad, son pocas las iniciativas turísticas en las cuales comunidades enteras participan en ella. Se trata mayormente de grupos de campesinos, familias, cooperativas, asociaciones civiles, etc. y si bien la gestión colectiva está en el centro de la actividad turística comunitaria, tal vez valdría la pena tomar en cuenta las evoluciones actuales del campo para redefinir lo que es la comunidad en un área rural en México.

Otro tema que merecería ser abordado es la cuestión del desarrollo turístico a nivel regional. Existen numerosos estudios de casos sobre turismo alternativo pero por la mayoría son estudios aislados, que no contemplan el contexto regional, y no vinculan la actividad turística comunitaria con otras formas de turismo. Esto limita el alcance de esas investigaciones al tomar en cuenta factores externos que influyen directa e indirectamente en la actividad turística.

3. CONCLUSIÓN

La presente comunicación tuvo vocación de resaltar el callejón sin salida en el que la polarización puede llevar la investigación en turismo alternativo actualmente, debido a un conflicto de posturas y creencias sobre la relación turismo-sociedad local. Más que validar uno u otro de los dos puntos de vista contradictorios, el reto del estudio de la relación entre el turismo alternativo y las comunidades locales, es alcanzar a definir mejor los criterios objetivos y subjetivos que determinan si un efecto es beneficioso o pernicioso así como los procesos de cambio que viven las sociedades involucradas en este tipo de actividades, esto para poder anticipar tomas de decisiones a corto, mediano y largo plazo. Sin pretender ser exhaustivo, el presente trabajo resaltó algunos temas pendientes y relevantes para profundizar el debate sobre el turismo alternativo.

AGRADECIMIENTOS

El presente trabajo se desarrolló gracias al apoyo de la DGAPA-UNAM a través del Programa de Apoyo a Proyectos de Investigación e Innovación Tecnológica (PAPIIT) para el proyecto “Sistematización de experiencias de turismo alternativo” (clave IA301415).

BIBLIOGRAFÍA

ASHLEY, C., ROE, D. y GOODWIN, H. (2001): Pro-Poor Tourism Strategies: Making Tourism Work for the Poor, Pro-Poor Tourism Report No.1. Overseas Development Institute, London. Nottingham: Russell Press.

CERÓN M., H. y SÁNCHEZ G., Y. (2009): El impacto del turismo en la pobreza del México rural : un análisis a nivel de hogar. Análisis del turismo SECTUR, 4: 5-26.

BOVARNICK, A., y GUPTA, A. (2003): Local Business for Global Biodiversity Conservation: Improving the Design of Small Business Development Strategies in Biodiversity Projects, New York: United Nations Development Programme.

CORTÉS R., C. y PARÉ, L. (2005): Agendas y derechos en conflicto en áreas naturales protegidas de México: Montes Azules y Tuxtlas. Ponencia presentada en el II Congreso Iberoamericano sobre Desarrollo y Medio Ambiente (CIDMA) del 24 al 28 de octubre.

FRAPOLLI, E.G. (2006): Conservation from below: socioecological systems in natural protected áreas in the Yucatan peninsula, Mexico. Tesis de doctorado en Ciencias Ambientales, Universidad de Barcelona, España.

García, A, Jouault, S y Romero, D. (en prensa). Atlas de turismo alternativo de la península de Yucatán. Mérida : UADY FCA y CINVESTAV-Unidad Mérida.

González-Damián, A. y Palafox, A. (2014): Sociología del turismo en español. Revisión exploratoria de artículos publicados en revistas iberoamericanas 2003-2013. Estudios y Perspectivas en Turismo, 23.

MACHUCA, J.A. (2008): Estrategias turísticas y segregación socioterritorial en regiones indígenas. En A., Castellanos G., y J.A., Machuca, Turismo, identidades y exclusión. México: Universidad Autónoma Metropolitana-Casa Juan Pablos.

MANTERO, J.C. (2008): Desarrollo y turismo: la opción necesaria. En A. César D. y S.M. Arnaiz B. Turismo y desarrollo: crecimiento y pobreza, México: Universidad de Guadalajara, pp. 87-105.

MANYARA, G., y JONES, E. (2007): Community-based tourism enterprises development in Kenya: An exploration of their potential as avenues of poverty reduction. Journal of Sustainable Tourism, 15: 628–644.

MARTINELLI, L. (2004): Nuevos desalojos en los Montes Azules: La Reserva de la Biosfera, el Corredor Biológico Mesoamericano y el papel de Conservación Internacional. CIEPAC, boletín No. 393.

MARTINEZ A., J. (2004): El ecologismo de los pobres: Conflictos ambientales y lenguajes de valoración, Barcelona: Icaria.

ORGANZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO (OMT). (2004). Turismo y atenuación de la pobreza - Recomendación para la acción, Madrid: OMT. En línea, http://www.wtoelibrary.org/content/hp5563/fulltext?p=dd895d9bd8d649af8dce5c745877bb8f&pi=0#section=8033&page=1&locus=3

PARÉ, L., y FUENTES, T. (2007): Gobernanza ambiental y políticas públicas en Áreas Naturales Protegidas: Lecciones desde Los Tuxtlas, México: Instituto de Investigaciones Sociales UNAM, Cuadernos de Investigación 38.

ROSS, S., y WALL, G. (1999): Ecotourism: Toward Congruence between Theory and Practice. Tourism Management, 20: 123–132.

RUIZ C., O. (2008): Turismo: Factor de Desarrollo y Competitividad en México, México: Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública. Documento de Trabajo 46.

SCHULENKORF, N. (2009): An ex ante framework for the strategic study of social utility of sport events. Tourism and Hospitality Research, 9: 120-131.

TOSUN, C. (2000): Limits to community participation in the tourism development process in developing countries. Tourism Management, 21: 613-633.

SPENCELEY, A. y SEIF, J. (2003): Strategies, Impacts and Costs of Pro-Poor Tourism Approaches in South Africa. Overseas Development Institute (ODI). En línea,: http://anna.spenceley.co.uk/files/StrategiesImpactsProPoorTourismSpenceleySeif.pdf

WINTZ, M. (1995): De la nature produite à la nature sans l'homme : quelques représentations sociales de la nature à propos du projet d'aménagement de l'Ill domaniale. Courrier de l'environnement de l'INRA, 24: 43-48.

EL IMPACTO DEL TURISMO EN LAS COMUNIDADES LOCALES: UN TEMA PENDIENTE

Gestión del turismo comunitario maya en el municipio de Felipe Carrillo Puerto, Quintana Roo

Mariana Figueroa de la Fuente
Horacio Espinosa Coria

Universidad de Quintana Roo. México

RESUMEN

La presente ponencia analiza los principios, organización y funcionamiento de la Cooperativa Xyaat, ubicada en el poblado de Señor en el Municipio de Felipe Carrillo Puerto en el estado de Quintana Roo. El objetivo del trabajo es conocer la experiencia de esta cooperativa en el mantenimiento y conservación de los recursos naturales, tradiciones y costumbres propios de la cultura maya, como un medio para participar en el mercado turístico de la región y con ello generar ingresos para la comunidad, salvaguardar la identidad colectiva y promover el bienestar de sus miembros. Se describen el tipo de productos y servicios que se comercializan para identificar la experiencia turística que dicha asociación brinda a visitantes nacionales y extranjeros. La ponencia se acerca al fenómeno de estudio desde una perspectiva teórica que ve al turismo como una experiencia con un valor simbólico-monetario (Urry) pero que a la vez responde a necesidades de desarrollo y sustentabilidad, al tomar la forma de turismo rural cuyos gestores son las comunidades mayas. Se emplean técnicas de investigación cualitativa, como las entrevistas semi-estructuradas y la observación participante para conocer la gestión de las estrategias eco-turísticas que se han implementado, como el senderismo interpretativo, la visita al cenote, nado en la laguna azul, la observación de aves, además de la propuesta cultural que incluye una plática con el médico tradicional, la producción artesanal de miel de abejas sin aguijón (meliponas), los cuentos e historias tradicionales sobre la guerra de castas y la fabricación de cuerdas de henequén. Estos son sólo algunos de los atractivos que han permitido a esta comunidad rural contar con una afluencia regular de visitantes. Los hallazgos del estudio sugieren la inclusión de los diversos productos turísticos rurales de la zona maya de Quintana Roo en el conjunto de la oferta del destino, cuya planeación ética y sustentable puede arrojar resultados favorables que se traduzcan en una opción complementaria de desarrollo local y regional con beneficios principalmente a grupos vulnerables.

Palabras clave: Turismo sostenible, turismo rural, cultura maya.

ABSTRACT

This paper looks at the way the *cooperative* Xyaat, which is located in the community Señor of the municipality of Felipe Carrillo Puerto in the state of Quintana Roo, is

organized and managed. The aim of this study is to know how the *cooperativa* protects and uses natural resources, and both Mayan traditions and costumes, as a means through which tourist income is generated, collective identity is forged and the wellbeing of its members is enhanced. The tourist products and services provided by the *cooperativa* are described in order to define the kind of leisure experience offered to both national and foreign visitors. The paper takes an approach that combines notions of tourism as a commodity with symbolic and monetary value, while looking at its developmental and sustainable nature. Qualitative techniques such as semi-structure interviews and participant observation are used to get a better understanding of those ecotourism ventures such as jungle walking, the *cenote* stop in, the blue lagoon swimming, and bird watching. More tourism cultural-oriented activities include *melipona* honey production, traditional story-telling on the *Guerra de Castas*, the making of *henequén* and the Mayan doctor visit. This whole undertaking has been successful in attracting visitors while proving to be regarded as a key factor in the tourism planning policy of the state of Quintana Roo.

Key words: Sustainable tourism, rural tourism, mayan culture.

1. MARCO TEÓRICO

Para comprender mejor el proceso por el cual pasa la cooperativa maya *Xyaat* al pretender hacer del turismo una herramienta para salvaguardar su identidad tanto como para generar ingresos en beneficio de sus miembros, es preciso darle el encuadre teórico básico para después analizar el tema particular de la experiencia de gestión que este colectivo ha venido ensayando. Partamos por conceptos clave como turismo, esto es, aquél fenómeno social, económico y cultural relacionado con el desplazamiento de las personas fuera de su lugar de origen, por asuntos recreativos personales o de salud (Organización Mundial del Turismo, 2007), cuya estancia es mayor a 24 hrs y menos de un año (Secretearía de Turismo, 2015). El turismo sostenible, en cambio, tiene la particularidad de asegurar las riquezas naturales y culturales, mediante una planeación que promueva expresamente el cuidado del medio ambiente y el respeto a las tradiciones y forma de vida de la comunidad receptora (Organización Mundial del Turismo, 2014). Este tipo de turismo busca satisfacer las demandas de los visitantes, pero también las necesidades económicas, educativas, sociales y estéticas de la comunidad en que se desarrolla, al tiempo que respeta la cultura, los procesos ecológicos, el medio ambiente y los sistemas que las sostienen (López y Palomillo, 2008).

Algunos tipos de turismo que cumplen con las especificaciones descritas anteriormente son el turismo rural, ecoturismo y turismo de naturaleza, mismos que ofrecen una gama de actividades recreativas, alojamiento y servicios para visitantes que busquen el contacto con la naturaleza y la cultura de la localidad, y con ello lograr que estas comunidades participen y generen una derrama económica (Martínez, 2010). Dado que el presente caso de estudio se enfoca en una comunidad rural maya, es necesario precisar que existe el llamado turismo rural comunitario, al que se considera una etapa avanzada del ecoturismo toda vez que incorpora “como protagonista del desarrollo a las familias y comunidades locales, que son las encargadas de proteger el patrimonio natural y cultural” (Gureña 2004, citado en Andreu, M., 2008: 171). Para otros como Maldonado, el turismo comunitario supone una organización empresarial que descansa en la propiedad y autogestión de los recursos patrimoniales comunitarios, con el fin de lograr una distribución más solidaria de los beneficios por la prestación de servicios turísticos, a la vez que se promueven encuentros interculturales de calidad con los visitantes (Maldonado, 2005: 5).

Para el presente trabajo de investigación el turismo rural comunitario es parte de un concepto más amplio, el turismo rural, es decir aquella actividad recreativa que busca la interacción con una comunidad y la apreciación de sus expresiones sociales, culturales y productivas (Secretaría de Turismo 2008, p.8-9), en un entorno armónico en el que se cuidan, respetan y protegen los recursos naturales y culturales de la región visitada (Martínez, 2000). Visto así, la comunidad es considera como parte esencial del atractivo turístico al mismo tiempo que gestora de los servicios que ofrece a visitantes, para alcanzar un desarrollo sostenible mediante la creación de empleos directos, la diversificación de las fuentes de ingreso y en general, una mejora de la calidad de vida (Crosby y Moreda, 1995). En síntesis, la singularidad del turismo rural comunitario es su componente social, pues supone el contacto personalizado y compartir experiencias con los habitantes del medio rural, constituyendo los valores culturales un componente esencial (Andreu, 2008).

El tipo de turismo que la cooperativa Xyaat explota, descansa en un consumo visual a través de la construcción del medio físico como un paisaje para su apropiación estética (Urry, 1995: 174). Ello es así pues la cooperativa aparece frente a los turistas como un espacio con una fisonomía propia producto de su origen ancestral maya, cuyas actividades cotidianas son parte de la experiencia del visitante. No olvidemos, sin embargo, que la gestión de un producto turístico tiene que ver con el hecho de que ésta se lleva a cabo por un cierto grupo, sea una empresa, una asociación, una comunidad o una familia. Por tanto, la producción, organización, el diseño y venta del bien turístico, depende del tipo de grupo que amalgama todas estas partes y de las relaciones que se establecen entre los miembros del mismo. Tratándose de una cooperativa perteneciente a una comunidad rural de un municipio con grandes rezagos del estado de Quintana Roo, predominan lazos tradicionales que descansan en valores comunitarios y de jerarquía grupal propios de costumbres y formas de organización social maya.

Por otra parte, el desarrollo tecnológico sobre todo en los transportes y vías de comunicación, ha puesto al alcance de nuevas hordas de turistas a pequeños comunidades o localidades, su gente y costumbres, antes alejadas del interés y la mirada de otros. En este redescubrimiento de lo que es distante y diferente de la vida ordinaria y común del turista, a éste se le anima para que examine con interés una enorme diversidad de artefactos, culturas y sistemas de significado (Urry, 1995: 146). Como se deduce de lo dicho hasta aquí, el caso de la Cooperativa *Xyaat* se ha de explicar teniendo presente, entre otros, que el turismo rural comunitario representa un atractivo para sociedades cada más urbanizadas en busca de valores que se han perdido y que las comunidades mayas aún exhiben y practican.

2. EXPERIENCIAS DE GESTIÓN LOCAL: TURISMO Y SUSTENTABILIDAD

Toca ahora explorar algunas experiencias de gestión del turismo rural comunitario en Quintana Roo y otras entidades. Estos casos tienen a la cultura rural como el componente clave del producto ofrecido, a partir de estrategias de manejo adecuadas para mejorar las condiciones de vida y proteger el medio ambiente (Daltabuit, *et al.*, 2006: 100-101). Gracias al turismo rural sustentable el grupo “Color de la Tierra” de la comunidad de Cuzala, en el estado de Jalisco, ha conseguido revalorizar las propiedades endógenas de su región y una mayor calidad de los productos agrícolas que comercializa. La capacitación recibida ha resultado en una mejora en la imagen de la comunidad frente a sus visitantes y una oferta turística más diversificada mediante la inclusión del senderismo interpretativo. Sin embargo, la falta de una estrategia clara ha hecho que las actividades de producción y comercialización de productos orgánicos, desplacen a las de organización y logística del turismo rural, y la carencia de fondos detiene la construcción de infraestructura básica

(Gutiérrez y Gerritsen, 2011: 148-149). Las comunidades rurales de Atlapulco y Acazulco en el estado de México, y de San Cristóbal en el estado de Hidalgo, prestan servicios turísticos como un medio para enfrentar la pobreza y lograr el desarrollo comunitario a partir del control de sus recursos. De acuerdo a Zizumbo (2013) los pobladores han introducido mejoras en sus comunidades y generado mayores ingresos para las familias. Desafortunadamente algunos grupos controlan el proceso de toma de decisiones, impidiendo una repartición más equitativa de los beneficios económicos (230-231), mientras que la falta de una planificación efectiva provocó una menor diversificación de las actividades recreativas con el consecuente aumento de la competencia entre los mismos prestadores y la reducción de los ingresos (231-232).

Existen antecedentes en el estado de Quintana Roo sobre la participación de pequeñas comunidades en la operación de distintas actividades turísticas. Por ejemplo, en los poblados de Mahahual, Xcalak y Tres Garantías, hay centros de desarrollo turístico comunitario que ofrecen caminatas en la selva, la observación de aves y animales silvestres, y la práctica de pesca deportiva, snorkel y buceo, entre otras. En estos casos se ha encontrado que la participación de las comunidades en el turismo es marginal dada la escasa capacitación y recursos financieros con que cuentan, no materializándose así los beneficios económicos esperados (Daltabuit, *et al*., 1995: 117). Por su parte, Brenner y Vargas del Río argumentan que aún no hay las estructuras y mecanismos que permitan conciliar los intereses encontrados de los diferentes actores que buscan obtener una parte de la renta de la actividad turística en la Reserva de la Biósfera de Sian Ka´an . Ello ha supuesto que sean los actores más débiles, generalmente agentes locales, quienes carguen con el mayor costo de la conservación ambiental (Brenner y Vargas del Río, 2010).

En síntesis, los pocos ejemplos que se tienen de involucramiento de pequeños grupos o comunidades en el desarrollo de productos turísticos sustentables en Quintana Roo y otros estados, dan cuenta de ciertas carencias en cuanto a formación, capital disponible y capacidad de organización, para participar plenamente en los beneficios de una actividad económica que sea sustentable.

3. EL CASO DE LA COOPERATIVA XYAAT

La presente investigación se llevó a cabo en la comunidad de Señor, que se encuentra ubicada en Felipe Carrillo Puerto. Dicho municipio forma parte del corazón de la zona maya quintanarroense y destaca por contar con una gran diversidad natural y cultural, así como características históricas, culturales y naturales para ser considerado Pueblo Mágico, particularidades que le confieren el potencial de desarrollar el turismo rural sostenible, así como el de aventura y naturaleza (Secretaria de Turismo del Estado de Quintana Roo, 2014).

Por otra parte y de acuerdo a datos publicados en la página de la Cooperativa de Ecoturismo Comunitario *Xyaat*, (s.f.) la comunidad de Señor tiene una población aproximada de 3,077 personas, las cuales viven en 700 hogares; se cuenta con un Centro de Salud y una Jefatura de Policía. El pueblo se rige bajo la autoridad del Delegado Municipal, pero también tiene un Juez Tradicional Maya, quien toma algunas decisiones sobre la vida de la comunidad y soluciona disputas familiares o infracciones menores como los robos. Además, Señor forma parte del ejido *Xmaben,* con una extensión de 7,400 hectáreas, en el que el 80% de la población se dedica a la agricultura, concretamente al cultivo de maíz. La composición de la población se encuentra constituida en un 65% por mujeres, en tanto que los varones y jóvenes han emigrado a laborar a los polos turísticos de la entidad, como Cancún y Playa del Carmen. Dicha migración ha mermado la producción

en el campo, por lo que en ésta se ha implementado un plan de siembra de árboles endémicos de la región como son el zapote, el ciricote, el cedro y la caoba.

En este contexto nace en el año 2002 el proyecto de turismo rural denominado *Xyaat*, con el objetivo de promover el ecoturismo comunitario como una forma alternativa de hacer turismo sostenible al respetar la naturaleza, revalorar la cultura local maya, además de intentar disminuir los índices de migración, mitigarla pobreza y rescatar las costumbres y tradiciones mayas. Así pues, la Cooperativa *Xyaat* pretende despertar el interés entre los turistas nacionales e internacionales, sobre la importancia de mantener el legado y las diferentes tradiciones de su cultura, que corren el riesgo de diluirse por el esquema de turismo masivo y globalizado que se ha adoptado en la entidad (Cooperativa de Ecoturismo Comunitario *Xyaat*, s.f.).

En entrevista realizada a Marcos Canté Canul, líder del proyecto ecoturístico *Xyaat* (Uk y López, 2015), señaló que la cooperativa *Xyaat* cuenta con 40 socios, de los cuales 30 son hombres y 10 mujeres, la edad aproximada de los miembros de esta organización oscila entre los 30 y 96 años, y las actividades que realiza cada miembro son diversas: 20 se encargan del funcionamiento correcto de la cooperativa prestando sus servicios para la limpieza y mantenimiento, preparación de alimentos y promoción de la empresa turística. Los 20 restantes se encargan de brindar los servicios directos a los visitantes participando como guías, médicos tradicionales, hiladores de henequén, contadores de historias mayas, vendedores de artesanías, apicultores, entre otros atractivos turísticos culturales que se brindan en la comunidad.

La mejora en la gestión de los servicios turísticos que ofrece la cooperativa Xyaat puede contribuir a la diversificación de la oferta turística del estado de Quintana Roo. Pero para que dicha forma de gestión tenga éxito y sea viable en lo ambiental, social y económico, es necesario que los miembros de la cooperativa reciban capacitación, encuentren algún esquema de financiamiento público o de otro tipo, así como de generar prácticas organizativas que les permita saldar diferencias internas y aprovechar mejor los beneficios que puede reportar una mayor afluencia de viajeros internacionales y nacionales.

4. MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

Para abordar el tema de estudio se formuló una pregunta de investigación que derivó del marco conceptual: ¿Cómo ha sido la experiencia de la cooperativa Xyaat en el mantenimiento y conservación de los recursos naturales, tradiciones y costumbres propios de la cultura maya, como un medio para participar en el mercado turístico de la región y con ello generar ingresos para la comunidad, salvaguardar la identidad colectiva y promover el bienestar de sus miembros? Se eligió utilizar la metodología cualitativa por ser la más apropiada para dar respuesta a dicho cuestionamiento e interpretar el significado a partir de reflexiones personales y de la misma investigación (Creswell, 2012). En especial, se eligió el método de estudio de casos, ya que resulta el más indicado para responder a las preguntas de cómo y porqué (Yin, 2009), además de que permite comprender casos importantes a través de situaciones personales contextualizadas y la secuencia de acontecimientos (Stake, 1998). Posteriormente se siguieron cinco pasos: se identificaron las fuentes de información, en particular personajes clave, como el líder de la cooperativa y guía del recorrido cultural, dos consultores de manejo comunitario de territorios rurales y cinco turistas; se determinaron los datos a recoger; se elaboraron los instrumentos y finalmente su realizó una prueba piloto a fin de verificar el funcionamiento de los mismos, para posteriormente colectar y analizar la información obtenida por medio de la triangulación de datos.

5. CONCLUSIÓN

Los desarrollos turísticos comunitarios, si se gestionan de forma correcta pueden apoyar en la concientización de la comunidad sobre el valor de su cultura y la importancia de salvaguardarla, al ser percibidos como atractivos turísticos y por consiguiente posibles fuentes de ingreso. Como se puedo constatar mediante las entrevistas llevadas a cabo en la cooperativa ecoturística comunitaria *Xyaat* con el líder del proyecto, así como con los consultores, esta puesta en valor de su propia identidad cultural y el deseo de preservarla se pueden ver reflejadas en acciones de su propia organización, como lo es el hecho de que el 35% de los ingresos provenientes del turismo son destinados a la educación ambiental y cultural, es decir, ellos mismos proveen los medios económicos para pagar a adultos mayores representantes de la identidad cultural de la comunidad, para que vayan a enseñar a 180 niños de la escuela primaria medicina tradicional maya, lectura y escritura de la lengua maya, extracción e hilado del henequén, historias de las estrategias militares utilizadas por sus antepasados en la Guerra de Castas, la importancia de la recolección y separación de basura para cuidar los recursos naturales de la zona, talleres de concientización sobre flora y fauna, reforestación, así como cursos de bordado en la cooperativa. Dichos programas de sensibilización fueron puestos en marcha ya que se dieron cuenta que los jóvenes que comienzan su vida productiva y que actualmente trabajan para grandes hoteles en la Riviera maya, se han desarraigado y han perdido parte de su identidad al ya no hablar la lengua maya, ni conocer muchas de sus tradiciones. El líder del proyecto mencionó:

> "ya no quieren hablar la maya y son muy grandes para aprender, ya no practican muchas tradiciones, por eso mejor nos enfocamos en los niños, para que no se olvide nuestra cultura, si no cuando mueran los viejos ya nadie se va a acordar…"

De esta forma se ha comenzado a recopilar y transcribir datos de las tradiciones y costumbres de la comunidad indígena de Señor, para protegerlas y difundirlas.

Por otra parte, la cooperativa consiente de la importancia del cuidado del entorno natural, ha emprendido acciones para el cuidado del medio ambiente como lo es la instalación de un panel solar para calentar el agua de las regaderas para los huéspedes y visitantes, además de haber creado su propio sistema de tratamiento de aguas residuales. En este sentido, el líder del proyecto comunitario, señaló que algunas grandes cadenas le han propuesto llevar varios camiones llenos de turistas todos los días y pagarle $10 por persona. A lo cual ellos siempre se han opuesto, pues están conscientes del impacto negativo que el turismo masivo tendría en el medio ambiente, además de querer conservar el valor monetario de su producto turístico, pues en realidad el costo por persona es de $600.

No obstante lo expresado en líneas anteriores, a 13 años de su creación el proyecto ecoturístico no se ha consolidado como una fuente ingreso lo suficientemente robusta para poder ser el único ingreso de las 40 familias que participan en el proyecto, más bien se ha convertido en una fuente secundaria que apoya a los ingresos obtenidos de la agricultura. El sector que se ha visto más beneficiado son las mujeres, que sin abandonar sus labores domésticas pueden obtener ingresos en su comunidad, que principalmente destinan a la vestimenta, educación y alimentos de sus hijos, así como realizar mejoras en sus viviendas y en las milpas de cultivo.

De esta forma la Cooperativa Xyaat, perteneciente a la comunidad de Señor del Municipio de Felipe Carrillo Puerto en el estado de Quintana Roo, representa un caso de gestión de un bien turístico que se distingue por la revalorización de la cultura y tradiciones originales de una comunidad maya, como de su particular relación con su entorno natural. La viabilidad

de un proyecto de este tipo supone tener en cuenta el tipo de agente que lo impulsa, así como identificar el perfil del turista que ahora prevalece, tanto como la dinámica del turismo y los principales actores que intervienen en este último a diferentes niveles. Importa así conocer cuáles son los gustos o tendencias que marcan al viajero de nuestros días, como tener presente que una industria tan importante como el turismo, responde a fuerzas cuyo centro de gravedad escapa al control de los pequeños grupos o comunidades que se buscan beneficiar con él.

La Cooperativa Xyaat ha conformado un producto para el consumo del turista cuyo principal distintivo es la representación de formas tradicionales de organizar y reproducir la vida del pueblo maya, con el fin no sólo de mantenerlas vivas sino de explotarlas racionalmente para generar mayor bienestar a los miembros de la comunidad. Se considera que ello ayudará a que disminuya la migración a los grandes polos turísticos al dar una opción de desarrollo a mujeres y hombres que, al dejar su lugar de origen, terminan olvidando partes valiosas de una cultura cuyos ancestros han sabido mantener y ahora está en peligro de perder elementos valiosos que le dan identidad. No basta, sin embargo, que las bondades de un proyecto sean evidentes, hace falta que estas se materialicen. Pero para que esto ocurra también se hace indispensable, según lo deja ver experiencias similares en el mismo Quintana Roo, que los miembros de la comunidad estén capacitados, reciban apoyo material y/o financiero, y vayan generando la capacidad organizacional para hacer del turismo cultural y del cuidado del medio ambiente, una opción para el mantenimiento de los rasgos distintivos de su pueblo y el mejoramiento de sus condiciones de vida.

BIBLIOGRAFÍA

ANDREU, M.N.L. (2008). Organización y características del turismo rural comunitario en Costa Rica. *Anales de geografía de la Universidad Complutense, 28(2),* pp. 167-188.

BRENNER, L., y VARGAS Del Río, D. (2010) Gobernabilidad y gobernanza ambiental en México. La experiencia de la Reserva de la Biósfera de Reserva de Sian Ka´an. *Polis: Investigación y Análisis Sociopolítico y Psicosocial, 6(2),* 115-154.

COOPERATIVADE ECOTURISMO COMUNITARIO*XYAAT*, (s.f). *El verdadero turismo comunitario maya en el corazón de la zona maya.* Señor, Quintana Roo. Recuperado de: http://www.xyaat.com/visit/

CRESWELL, J. (2012*). Educational research: Planning, conducting, and evaluating quantitative and qualitative search*. Boston, Estados Unidos: Pearson. Recuperado de: http://www.onlinecef.net/file.php/1/CEF_Resources/Research%20%20Method/__Educational_Research__Planning__Conducting__and_Evaluating_Quantitative_and_Qualitative_Research__4th_Edition_.pdf

CROSBY A. y MOREDA A., (1995). *Desarrollo y gestión del turismo rural en áreas rurales y naturales.* CEFAT: Madrid, España.

DALTABUIT G. M., CISNEROS R., H., & VALENZUELA V., E. (2006) Globalización y turismo en el sur de Quintana Roo. *Estudios de Cultura Maya, 27,* 99-124.

DENSCOMBE, M. (2003). *The good research guide*. Philadelphia, EstadosUnidos: McGraw-Hill Education. Recuperado de: http://iwansuharyanto.files.wordpress.com/2013/04/martyn_denscombe_the_good_research_guidebookfi-org.pdf

GUTIERREZ, E., M. & GERRITSEN, P. R.W. (2011). *Turismo rural sustentable. Estudio de caso de la Costa Sur de Jalisco,* D.F., México: Plaza y Valdés.

LÓPEZ, G. y PALOMINO, B. (2008). *Políticas públicas y ecoturismo en comunidades indígenas de México.* Cozumel, México, Revista *Teórica y Praxis,* 5, 33-50.

MALDONADO, C. (2005). *Pautas metodológicas para el análisis de experiencias de turismo comunitario,* Ginebra: Oficina Internacional del Trabajo.

MARTÍNEZ, C., (2010). *¿Es la gestión de la actividad ecoturística una propuesta para alcanzar el desarrollo sustentable de las comunidades rurales e indígenas? caso: Chiapas, México. Universidad Autónoma de Chiapas, México.1* (1), 24-44. Recuperado de: http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3873934

MARTÍNEZ, T. (2000). *Manual para la identificación formulación y evaluación de empresas de Turismo Rural en México y criterios para el desarrollo de políticas públicas dirigidas a este sector,* México: CESTUR/CEDOC

ORGANIZACIÓN MUNDIALDEL TURISMO. (2007). *Datos y cifras del turismo. Entender el turismo: Glosario Básico.* Sistema nacional de Estadísticas de Turismo. Recuperado de: http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico.

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO. (2014). *Desarrollo sostenible del turismo: Definición conceptual.* Recuperado de: *http://sdt.unwto.org/es/content/definicion*

SECRETARÍADETURISMODELESTADO DE QUINTANA ROO (2014a). *Quintana roo, ejemplo de turismo con desarrollo comunitario: SEDETUR.* Quintana Roo, México. Recuperado de:http://sedetur.qroo.gob.mx/index.php/noticias/1247-quintana-roo-ejemplo-de-turismo-con-desarrollo-comunitario-sedetur

SECRETARÍADETURISMODELESTADO DE QUINTANA ROO. (2014b). *Mayor calidad de vida en comunidades de Quintana Roo con el proyecto "turismo rural": SEDETUR.* Recuperado de: http://sedetur.qroo.gob.mx/index.php/noticias/1194-mayor-calidad-de-vida-en-comunidades-de-quintana-roo-con-el-proyecto-turismo-rural-sedetur

SECRETARÍA DE TURISMO (2008). *¿Qué es el turismo de naturaleza?.*SECTUR, México. Recuperado de:https://ideasinteligentesblog.files.wordpress.com/2012/11/queesturismodenaturaleza.pdf

SECRETARÍA DE TURISMO (2015).*Glosario de conceptos utilizados en el sector turismo.*Sistema nacional de la información estadística del sector turismo de México. Recuperado de: http://www.datatur.beta.sectur.gob.mx/SitePages/Glosario.aspx

STAKE, R. (1999). *Investigación con estudio de casos.* Madrid. España: Morata. Recuperado de: http://es.scribd.com/doc/51397687/INVESTIGACION-CON-ESTUDIO-DE-CASOS-STAKE

UK, E. y LÓPEZ, J. (2015). *Impacto del turismo rural en la comunidad de Señor del municipio de Felipe Carrillo Puerto, Quintana Roo, México.* (Tesis para obtener el grado de Licenciatura en Administración hotelera. Departamento de Ciencias Administrativas, Universidad de Quintana Roo, México).

URRY, J. (1995). *Consuming Places.* London: Routledge.

YIN, R. (2009). *Case Study Research* (4ª ed.). California, Estados Unidos: Sage.

ZIZUMBO, V., L. (2013). Las paradojas del desarrollo local y del turismo. México, D.F.: Universidad Autónoma del Estado de México, Miguel Ángel Porrúa.

EL IMPACTO DEL TURISMO EN LAS COMUNIDADES LOCALES: UN TEMA PENDIENTE.

El apiturismo como fuente de desarrollo y mejoramiento de calidad de vida en el medio rural. Análisis de caso: Reserva Natural Tocori, Costa Rica.

*José Fernando Ramírez Arias**
*Geovanni Jiménez Nuñez***
*Yeimy Gamboa Pérez**

** Centro de Investigaciones Apícolas Tropicales, Universidad Nacional, Heredia. Costa Rica*
*** Sede Regional Brunca, Universidad Nacional, San José, Costa Rica*

RESUMEN

La industria turística tradicional tiene gran impacto en las economías de la región Mesoamericana y Costa Rica en particular es reflejo de ese efecto.

Para Costa Rica la actividad turística es su mayor fuente de ingresos, a través de su imagen de país ecológico, caracterizado por su desarrollo sostenible, fortaleciendo el turismo ecológico, dando mucho énfasis al turismo rural, que contribuye al desarrollo económico sostenible en las áreas rurales, al generar oportunidades en el entorno cercano, lo que ayuda a prevenir la migración rural hacia las ciudades y el abandono de tierras.

Tradicionalmente las abejas (abejas melíferas y nativas sin aguijón) se conocen por su miel, utilizada como alimento y/o fines medicinales. Pero sus productos primarios (miel, cera, polen, propóleo, jalea real y veneno) se les puede dar valor agregado, para obtener presentaciones especiales de la miel (miel cremada y miel en panal), cremas para la piel (humectantes, nutritivas e incluso medicinales), ungüentos medicinales, pastas dentales, champúes, etc. En este proceso juega un rol especial la familia (miembros de todas las edades) de los apicultores y meliponicultores.

Es destacable la utilización de pequeños proyectos apícolas productivos como complemento en fincas dedicadas al turismo rural, donde se puede observar colonias de abejas nativas sin aguijón, manejadas en cajas o en sus sustratos naturales y pequeños apiarios de abejas africanizadas. Además, el turista puede recorrer los senderos de las fincas ingresando en áreas boscosos o en regeneración natural, para observar abejas en su trabajo de recolección de alimentos sobre las múltiples especies de plantas tropicales que constituyen su fuente de recursos (alimenticios, sustratos para establecer sus colonias, materiales para construir sus nidos).

Por ejemplo en Costa Rica, una pequeña finca dedicada a la producción y demostración de diversas especies de mariposas, incluía la visita a un pequeño apiario. En el Pacífico Central y Sur de Costa Rica, se han establecido fincas para el turismo rural, que incluye la observación de colonias de abejas sin aguijón y apiarios con abejas africanizadas.

Otro ejemplo, donde se pueden utilizar es en reservas privadas con el fin de generar ingresos para la sostenibilidad del área. En la región de El Menco, Rivas, Nicaragua; la Reserva "Estancia del Congo", está implementando un proyecto de este tipo.

Este trabajo pretende plasmar por medio de una ponencia, nuestra experiencia de casi tres décadas con abejas, donde se establecieron formas de contacto de la gente con las abejas, para familiarizarse y disminuir estigmas y mitos que muchas personas tienen sobre ellas, resaltando su importancia en los agroecosistemas y ecosistemas naturales. Además, presentamos la explotación de las abejas nativas y melíferas en iniciativas de turismo rural para la promoción de sus productos y subproductos de valor agregado, como fuente adicional de ingresos para este sector productivo rural, a veces muy vulnerable a la pobreza.

El turismo sostenible es tal vez una de las pocas oportunidades de desarrollo para los pobres. ¡Aprovechémosla juiciosamente y pronto! (Organización Mundial del Turismo).

Palabras clave: Turismo rural, apiturismo, apicultura, meliponicultura, abejas.

ABSTRACT

The traditional tourism industry has great impact on the economies in the Mesoamerican region as well in the particular case of Costa Rica.

For Costa Rica, tourism is its biggest source of income, through its image of ecological country, characterized by sustainable development, strengthening ecological tourism, giving much emphasis on rural tourism, which contributes to sustainable economic development in rural areas by generating opportunities for the people, avoiding and preventing rural migration to the cities.

Traditionally honey bees and native stingless bees are known for its honey, used as food and / or medicinal purposes. But their primary products like honey, wax, pollen, propolis, royal jelly and venom can be given added value through creamed honey and comb honey, skin creams (moisturizing, nourishing and even medicinal), medicinal ointments, toothpastes, shampoos, and many others . This process plays a special role within the members of the all family of beekeepers.

Remarkable is the use of small productive beekeeping projects to complement farms dedicated to rural tourism, where you can see colonies of native stingless bees, handled in boxes or in their natural substrates and also small apiaries of Africanized bees. In addition, visitors can walk in wooded areas to see bee at work collecting food and other materials to

establish their colonies. There are many examples in Costa Rica and many countries of the Mesoamerican region where there is combination between rural developments an apitourism. Another example, which bees can be used as a source for tourism and revenues is the case of El Menco, Rivas, Nicaragua; Reserve "Stay the Congo".

This proposal shows an experience of nearly three decades of working in different projects with bees. Working with beekeepers in different subjects like management, production, marketing and the importance of bees in agro-ecosystems and natural ecosystems, led us to look for other sources of income. We also present a case study where native bees and honey bees can be used in in rural tourism initiatives for the promotion of its value-added products. The apitourism a new source of income for the rural productive sector comes to help which are very vulnerable to poverty.

"Sustainable tourism is perhaps one of the few development opportunities for the poor." (World Tourism Organization).

Keywords: rural tourism, apitourism, beekeeping, stingless bees, honey bees.

1. INTRODUCCIÓN.

El turismo es un motor de crecimiento que permite crear empleos y generar mejores salarios y por ende mejorar el nivel de vida de los pobladores en las economías locales.
Por eso el turismo en general y el sostenible en particular, se presenta como una oportunidad de mejoramiento de condiciones de vida para las poblaciones de los países en desarrollo especialmente los Países Menos Avanzados (PMA), porque:

- ✓ Ha demostrado ser una de las principales exportaciones de estos países, con una dinámica de crecimiento que supera con creses, el 50%.
- ✓ Promueve el bienestar de las comunidades pobres y la conservación de su entorno, desde un punto de vista ecológico, socioeconómico e histórico-cultural.
- ✓ Es una oportunidad de diversificación de la economía local, que puede promover y desarrollar en regiones pobres y marginales, con oportunidades limitadas, por ejemplo zonas remotas pero que por su riqueza cultural, biológica y paisajista atrae e interesa al turista.
- ✓ Incentiva la creación de pequeñas empresas que requieren mucha mano de obra.
- ✓ Promueve la igualdad de género, al incluir a más mujeres en sus actividades que cualquier otro sector.
- ✓ Contribuye al desarrollo económico local y no solo a la generación de rentas para el país.

1.1 Turismo, Apicultura y reducción de pobreza.

El turismo es una actividad de gran influencia en el ámbito cultural, social y económico de una sociedad, pero la generación de riqueza que dicha actividad implica, no

necesariamente impacta en los sectores más pobres. Nuestros países en vías de desarrollo, le apuestan al turismo sostenible como una actividad que podría ser eficaz en el combate de la pobreza, en especial la pobreza extrema, si se maneja a través de estrategias integrales, participativas e incluyentes, que permita el desarrollo, la modernización e integración de los sectores públicos y privados, garantizando así la diversificación económica. Esto se refleja en la balanza de pagos, en las inversiones, en la construcción, en el mejoramiento de la infraestructura vial que deriva en el mejoramiento de los medios de transporte, generando empleos y por ende bienestar, en todos niveles de la sociedad.

Pero, a pesar de todo lo anterior, no existe garantía que habrá reducción de la pobreza, lo cual según la OEA, solo se puede lograr con la continua diversificación, innovación y actualización del producto turismo, mediante el fortalecimiento de capacidades e instituciones.

Latinoamérica es particularmente interesante desde el punto de vista turístico, ya que por ser una sociedad conformada por personas de muy diversos orígenes étnicos y culturales, en un medio con una rica diversidad biológica y recursos naturales exuberantes, tiene una ventaja estratégica para la promoción del turismo cultural y ambiental, mediante la protección y uso sostenible de la biodiversidad.

El turismo rural es una forma de apoyar el desarrollo sostenible y la integración socio-productiva de comunidades campesinas, caracterizadas por la falta de oportunidades de desarrollo para sus pobladores que se reflejan en pobreza, desempleo, migración campo-ciudad o campo-países desarrollados, deserción escolar, etc.

Potenciar el turismo en comunidades rurales, campesinas e indígenas, permite su integración e inclusión socio-productiva, pero además descubrir su identidad, costumbres e idiosincrasia autóctona, lo cual debe mostrarse a los visitantes (turistas), de una manera atractiva y amigable con el ambiente.

En Costa Rica, la actividad turística constituye la mayor fuente de ingresos, ofreciendo una imagen de país ecológico que busca el desarrollo sostenible en armonía con la naturaleza. Pero, a pesar de su biodiversidad producto de su clima tropical y ubicación estratégica, el turismo rural ha sido el que se va desarrollando más lentamente y busca alternativas, nuevas ideas que generen emprendimientos productivos. Es en este contexto, que las abejas se vuelven particularmente interesantes.

Las fincas o parcelas, utilizadas con fines del agroecoturismo, normalmente se basan en mostrar al turista, las diferentes actividades productivas que se desarrollan en la misma con el fin de generar ingresos que permitan a sus dueños (por lo general familias), un nivel de vida adecuado.

Históricamente las abejas han atraído la atención del hombre, tanto por su particular comportamiento de pecoreo sobre las flores, como por la forma de organización en la colonia, almacenamiento, y características especiales de sus productos como la miel, polen, cera, propóleo, veneno y otros derivados. Muchos países en vías de desarrollo han utilizado la explotación de las abejas en programas de desarrollo rural, ya que el manejo de las abejas nativas sin aguijón (Meliponicultura) y las melíferas (Apicultura) son actividades productivas de gran importancia en el medio rural latinoamericano y en especial en el mesoamericano, por su gran aporte económico, ecológico, religioso y cultural. Es practicada por cientos de familias campesinas (pequeñas y medianas), como una actividad productiva complementaria a otras labores agropecuarias. A pesar que puede ser practicada por el núcleo familiar, requiere de gran dedicación, trabajo, esfuerzo y compromiso, para su sostenibilidad en el tiempo y espacio, como una entrada económica importante en la economía familiar campesina. Pero más allá de su impacto socioeconómico en el medio rural, las abejas son fundamentales en los servicios ecosistemicos que prestan a las plantas y cultivos. Por ejemplo, su rol en las plantas en general (árboles, arbustos y hierbas), pero en lo específico sobre la producción de alimentos por medio de la polinización, garantizando la permanencia en los ecosistemas de las distintas especies vegetales, enriqueciendo la biodiversidad y aumentando la producción de alimentos.

La apicultura y meliponicultura, son fuente de productos particularmente deliciosos y nutritivos, que son materia prima para preparar diferentes subproductos cosmetológicos (cremas humectantes y ungüentos medicinales), de uso terapéutico preventivo y complementos nutritivos naturales (suplementos de vitamínicos y minerales). Pero, también, son actividades productivas que pueden utilizarse como alternativas para mostrarla en fincas dedicadas al agroecoturismo, promoviendo así la importancia que tienen las abejas en los ecosistemas naturales y sistemas productivos agropecuarios.

Las abejas nativas sin aguijón y las melíferas, arrastran con su permanencia en las casas y/o fincas campesinas, todo un potencial cultural sobre su uso y aplicación como complementos nutritivos y medicina tradicional, sin dejar de lado ceremonias o ritos religiosos, generando además el valor agregado de revalorizar los recursos naturales y el patrimonio cultural local.

El éxito de la incorporación de la apicultura o la meliponicultura como actividades productivas en fincas dedicadas al turismo rural (privado o comunitario), se fundamenta en un buen plan de capacitación, para que los protagonistas adquieran el conocimiento necesario para mostrar todos los aspectos biológicos y de manejo productivo, de ambos tipos de abejas, pero además cómo dar valor agregado a los productos primarios de la colmena.

2. METODOLOGÍA.

En este trabajo, exponemos nuestra experiencia, de casi tres décadas en el desarrollo apícola Mesoamericano, que ha impulsado una alternativa novedosa de diversificación de la actividad apícola, la cual como cualquier otra actividad agropecuaria requiere generar ingresos para mejorar los ingresos del pequeño productor y reinversión, para que la actividad sea sostenible. Presentamos en esta propuesta un estudio de caso de un proyecto de apiturismo en una región en desarrollo de Costa Rica.

En términos generales, un proyecto de apiturismo puede ser establecido en una finca, parcela, reserva o áreas naturales que permitan el aprovechamiento del recurso abejas, y también pueden establecerse como actividad adicional dentro de una pequeña empresa apícola, para aumentar y diversificar la oferta de alternativas a los visitantes.

2.1. Localización.

Un proyecto de este tipo requiere establecerse en un área con suficiente y variada vegetación, en un radio de 2 Km, ara garantizar su sostenibilidad productiva y turística.
También se debe tener presente si el proyecto incluirá a las abejas nativas sin aguijón y las abejas melíferas o solamente un tipo de abejas. Lo anterior porque cada tipo de abejas tiene requerimientos de localización, manejo productivo y turístico relacionados, pero diferentes.

2.2. Componentes de un proyecto turístico con abejas.

Para que un proyecto turístico con abejas cumpla su misión, debe incluir:

- ✓ Apiario o Meliponario Demostrativo:
  En el caso de las abejas melíferas debe estar conformado por un grupo pequeño de colmenas, de fácil acceso y con el suficiente espacio entre sí, que permita el paso seguro entre ellas de los observadores.
  Para las abejas nativas sin aguijón, debemos poseer el mayor número posible de especies de la región (No introducir de otras regiones). Muy importante es ubicar las especies que están establecidas de manera natural en el área geográfica de desarrollo del proyecto (finca, parcela o reserva) o sus alrededores.

- ✓ Senderos:
  Para la observación de las diversas colonias de abejas nativas sin aguijón (las establecidas naturalmente) y que culmine con el meliponario y el apiario demostrativo (colonias ubicadas en cajas para facilitar su manejo y observación). Una función primordial de los senderos es mostrar al visitante las plantas (hierbas, bejucos, arbustos, árboles, etc.), y su importancia dentro del ecosistema y como fuentes de alimento para las abejas. Resaltando su relación con los tipos de miel y las características de la miel que se obtiene en la región.
  El sendero debe diseñarse para que le permita al visitante observar a las abejas realizar sus actividades libremente fuera de la colmena y en su medio natural.

- ✓ Edificaciones (podría llamarse Casita de las Abejas):
  Dedicada al procesamiento (cosecha, filtrado, decantado, envasado y exposición y venta) de los productos de las abejas y preparación de subproductos a base de estos productos naturales (cremas humectantes y medicinales). Esta edificación podría ampliarse para que funcione como museo y fines educativos (aula), para la enseñanza de las distintas actividades con las abejas, a través de videos, carteles o colmenas de observación (colmenas cuyas paredes de vidrio permiten observar las distintas actividades de la abejas dentro de la colmena).

  Además se podría adicionar la opción de comida saludable, donde se pueden mostrar los diferentes usos de los productos de la colmena en la preparación de diferentes platillos y bebidas; así como la degustación de los mismos.
  Una pequeña bodega es necesaria para mantener los equipos y materiales necesarios para el manejo de las colmenas, envases, etc.

- ✓ Equipos y materiales protección personal para el manejo apropiado de las abejas: kimonos, velos, cascos, guantes, cinta adhesiva ancha, ahumador (con su material para generar humo), espátula, entre otros.

- ✓ Rotulación apropiada.
  Todos los componentes que hemos mencionado, deben ser debidamente rotulados para que el visitante adquiera de inmediato, una idea de lo que tiene ante sí.

- ✓ Material impreso.
  Es importante además de los “brochures” informativos sobre el proyecto, diseñar material impreso adicional sobre los productos ofrecidos, sus características y usos. Las alianzas con entidades de gobierno, ONG's u Universidades podrían ampliar la oferta de material impreso especializado adicional como libros, videos, entre otros.

2.3. Actividades relacionadas.

Con los anteriores componentes del proyecto apícola turístico, se realizan visitas guiadas al apiario, con la vestimenta de protección de apicultor, para observar el trabajo que se realiza con las colmenas, los diferentes componentes de la colonia de abejas, los individuos que la forman y sus actividades biológicas.

También se pueden ofrecer talleres para la extracción y procesamiento de los productos de la colmena, con degustación de los mismos; y la fabricación de otros productos como cremas humectantes y medicinales, jabones, confección de velas y candelas.

También se pueden ofrecer cursos o talleres cortos, los fines de semana, sobre temas apícolas de interés para los visitantes, como “Producción de reinas” “Usos terapéuticos y beneficio de los productos de la colmena para la salud” “Polinización” o tours guiados por

los senderos para identificar plantas, en especial las que son de interés para las abeja, entre otras actividades.

Un aspecto relevante a destacar e incluir como actividad paralela a cualquiera que se realice con las abejas es la posibilidad de sembrar plantas de importancia para las abejas y los ecosistemas, como una actividad motivadora para la conservación de los recursos naturales.

2.4. Consideraciones Adicionales.

En áreas, donde existen proyectos similares, se pueden implementar las rutas turísticas, pero el éxito de un proyecto de este tipo requiere que las comunidades estén sensibilizadas y comprometidas en desarrollar una oferta turística, que exista un flujo mínimo de turistas en la zona de intervención y que ésta tenga las condiciones, acceso e infraestructura básica para recibirlos, para ello propone además algunas condiciones mínimas. Entre estas condiciones destacan que las iniciativas provengan de gente o comunidades vulnerables y en riesgo de exclusión, pero sensibilizada respecto del aporte que tendrá el turismo en sus iniciativas, proyectos y comunidades. También se requiere cercanía y accesibilidad a una infraestructura básica que permita la prestación de los servicios turísticos, lo cual está muy relacionado con una demanda existente y flujo mínimo de visitantes.

Por lo anterior, toda iniciativa orientada al sector turismo, como el apiturismo aquí propuesto, debe contar con la participación de diferentes instituciones tanto públicas como privadas en los procesos de formación y capacitación.

3. PRESENTACIÓN DE EXPERIENCIA PIONERA:
“Reserva Natural Tocorí” ”Bees Farm Tours”



3.1 Presentación

Este proyecto inicio en el 2012, formado una familia típica costarricense propietarios de una pequeña área de bosque, ubicado a tan solo 25 minutos del Parque Nacional Manuel Antonio, en la comunidad de Villa Nueva, Quepos, Costa Rica. Conscientes de la gran problemática actual debido a la desaparición de las colonias de abejas melíferas (*Apis mellífera)* y así como abejas nativas sin aguijón (*Meliponas* y *Trigonas*), nos propusimos establecer esta reserva y convertirnos en el primer sitio donde se procurará establecer condiciones idóneas para la repoblación de abejas, así como el mejor lugar para conocer in situ las bondades y maravillas de estos insectos. Además contamos con senderos que le permitirán al visitante conocer aéreas de bosque primario donde se pueden apreciar gran variedad de especies de árboles y plantas nativas con más de 300 años de antigüedad. Además de gran cantidad de aves residentes y migratorias como tucanes, trogones, loras, eufonías, tangaras, orioles, cotingas, mosqueros y muchos más.

También se hace presente una variedad de mamíferos diurnos y nocturnos como perezosos, osos hormigueros, martillas, tepezcuintles, zarigüeyas, armadillos, pizotes, mapaches, monos titi y otros lo que hace de esta reserva un sitio digno de ser visitado.

Con el fin de dar a conocer con mayor profundidad los secretos de las abejas, contamos con un apiario o granja apícola, donde usted podrá apreciar y conocer las maravillas tanto de las abejas locales tales como *Melipona costaricensis*, *Plebeia sp.*, *Tetragonisca angustula* y como de las abejas africanizadas "*Apis mellífera scutellata*".

También contamos con una pequeña fábrica de productos derivados de las abejas tales como miel, polen, propóleo, cera, candelas, productos de belleza, jabones, champús y productos medicinales y más, que usted puede adquirir a muy buen precio, todo esto seguido de un delicioso almuerzo típico cocinado a la leña.

3.1.1 Misión

Contribuir al mejoramiento del medio ambiente local mediante la introducción de árboles y plantas nativas cuya floración contribuya a incrementarla población de todas las diferentes especies de abejas presente en la zona.

3.1.2 Visión

Llegar a ser el principal centro de promoción y educación para la protección y proliferación de las abejas a nivel nacional.

3.2 Fotografías de la Reserva Apiturística: Tocorí



Foto 1. Abeja reina de *Apis mellifera* con su "séquito real".



Foto 2. Entrada de jicote barcino (*Melipona costaricensis*).



Foto 3. Edificación central, casita de visitantes o de la miel, del proyecto apiturístico Tocorí.



Foto 4. Productos de la colmena y subproductos ofrecidos a los turistas, en el proyecto apiturístico Tocorí.

4. CONCLUSIONES

- ✓ El Apiturismo como actividad generadora de ingresos en el medio rural debe gestarse de estrategias sostenibles, integrales, incluyentes y participativas.

- ✓ El conocimiento de la vida de las abejas y su función en la naturaleza, generan respeto del visitante hacia ellas al crear conciencia sobre su impacto en la producción de alimentos y su ayuda en la conservación de la biodiversidad.

- ✓ Las actividades relacionadas con Apiturismo pueden ser ejecutadas por todos los miembros de la familia, previa capacitación especializada.

5. RECOMENDACIONES.

- ✓ Para la instalación y manejo de un proyecto apícola con fines turísticos se requiere de personal debidamente capacitado y condiciones apropiadas en la finca, parcela o reserva natural.

- ✓ Para que un proyecto de este tipo tenga la visitación que le dé sostenibilidad, como cualquier otro proyecto turístico, debe contar con los mecanismos de promoción adecuados, el apoyo de los operadores turísticos y entidades turísticas estatales.

- ✓ Promover el apiturismo especializado, para atraer visitas de apicultores de otras latitudes, a estos proyectos que manejan a las míticas abejas africanizadas y abejas nativas sin aguijón.

BIBLIOGRAFÍA

Crane, E. (1990) *Bees and beekeeping, science, practice and world resources*. Comstock Publishing Associates, Cornell University Press, Ithaca, New York, U.S.A. 614 p.

Definición de Turismo Rural Recuperado el 17 de Julio, 2015, a las 20:53 de http://definicion.de/turismo-rural/

Museo abejas del valle, en Poyales del Hoyo. Recuperado el Lunes 20 de Julio, 2015, 21:56 de http://www.ruralzoom.com/miniweb/museo-de-abejas/avila/museo-abejas-del-valle

Gupta, R.K., Reybroeck, W., van Veen, J.W., Gupta, A. (Eds.) *Beekeeping for Poverty Alleviation and Livelihood Security. Vol 1: Technological Aspects of Beekeeping*. Springer Science+Business Media, 2014. 665 p.

PROGRAMA RUTAS: La apuesta por un turismo inclusive en latinoamerica.Metodología para el fortalecimiento de iniciativas de turismo rural comunitario. 59 pp. Recuperado el 21 de Julio, a las 5:22 am, de http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/563/metodologia-para-el-fortalecimiento-de-iniciativas-de-turismo-rural comunitario.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Saha, J.Ch. Apicultura para el desarrollo rural-su potencial y apicultura contra la pobreza-desde la perspectiva de Bangladesh. Beekeeping Project, Bangladesh, Recuperado el 21 de Julio 2015 de http://www.apimondiafoundation.org/foundation/files/018s.pdf.

Organización Mundial del Turismo. 2003. Turismo y Atenuación de la pobreza. Recuperado el 21 de Julio 2015 de http://www.edicionessimbioticas.info/IMG/pdf/turismo_y_pobreza.pdf 119 p.

XIX Congreso Interamericano de Turismo. *Turismo: Un desafío frente a la pobreza*. Documento Conceptual. San Salvador, El Salvador. 12 p. Recuperado el 19 de Agosto 2015 de www.google.com/webhp?sourceid=chrome-instant&ion=1&espv=2&ie=UTF-8#q=turismo%20y%20mitigaci%C3%B3n%20de%20la%20pobreza

Ponen en marcha las primeras rutas de turismo apícola en Guadalajara. Recuperado el 21 de Julio 2015, a las 20:47 de http://www.europapress.es/castilla-lamancha/noticia-ponen-marcha-primeras-rutas-turismo-apicola-guadalajara-20150519212141.html

Vilches, A., Gil Pérez, D., Toscano, J.C. y Macias, O. (2015) “Turismo sostenible”. OEI. ISBN 978-84-7666-213-7. . Recuperado el 25 de Julio 2015, a las 19:26 de http://www.oei.es.es/decada/accion/php/?accion=09>

Wiese, H. (1985) *Nova Apicultura*. 6ª ed. Livraria e editora Agropecuária Ltda. Porto Alegre, Brasil. 493 p.

EL IMPACTO DEL TURISMO EN LAS COMUNIDADES LOCALES: UN TEMA PENDIENTE

Prácticas en la estructura del sector turístico en el destino Culiacán, Sinaloa, México

Larrañaga Núñez Ana María
Pérez Melo Anel Yadira

Universidad de Occidente. México

RESUMEN

Esta ponencia analiza la conformación de la estructura del campo turístico en el destino de Culiacán, Sinaloa, como un fenómeno social y económico. Una dinámica que ha propiciado el encuentro del gobierno, de los empresarios locales y de las instituciones educativas y actualmente se opera la estrategia para incorporar a la sociedad en la integración de una oferta de calidad y sostenible para un turismo mayoritario de negocios y de reuniones. La teoría social en Giddens (1987) y la gestión de turismo en Molina (2006) y Vignati (2009), entre otros, apoya el cuerpo teórico, en el entendido que la actividad requiere de las prácticas sociales realizadas por los humanos con capacidad de conocer que se desempeñan diestramente, mediante un conjunto de recursos (habilidades internacionales) que son utilizados en las rutinas diarias y en su trato con los otros. La metodología cualitativa permitió la entrevista en profundidad y semiestructurada a informantes clave así como la revisión documental para obtener resultados en un periodo 1997-2014. Los resultados dan cuenta primeramente, que la actividad hasta antes del año 1997 se venía realizando por una dinámica económica que generaba la necesidad de un servicio y, básicamente era estrictamente de hotel, en segundo lugar una integración de los actores para desarrollar productos con proveedores de la región y, en tercer término los conocimientos de capital humano especializado. Se concluye que las buenas práctica han permitido el incremento paulatino de turistas, además que la colaboración con los otros sectores de la economía ha sido esencial para el desarrollo de la actividad.

Palabras clave: Prácticas, estructuración, integración, conocimiento y profesionalismo.

ABSTRACT

This paper analyzes the formation of the structure of tourism in the destination of Culiacan, Sinaloa, as a social economic phenomenon. A dynamic that has led to the meeting of the government, local businesses and educational institutions and currently operates strategy to involve society in the integration supply a quality and sustainable for a major tourism and business meetings. Social theory in Bauman (2002) and Giddens (1987) support the theoretical body, with the understanding that the activity requires social practices by humans ability to know who work deftly through a set of knowledge or resources (interactional skills) that are used in daily routines and in their dealings with others. The qualitative methodology allowed the depth and semi-structured interview key informants and the document review to obtain results in a period 1997-2014, from the lodging tax is established and is returned to the Hotel Owners Association and Motels for Culiacan. The results show first that the activity up until 1997 was being done by an economic dynamic that generated the need for a service and basically was strictly hotel, secondly integration of actors to develop products with providers of the region and thirdly, the incorporation of specialized human capital. It is concluded that good practice within the sector have allowed the gradual increase of tourists to adversities violence, and collaboration with other sectors of the economy has been essential to the development of the activity.

Keywords: Practices, structure, integration, knowledge and professionalism

1. INTRODUCCION

La estructura de la organización, la gestión y las prácticas de los actores son un tema que Molina (2006) menciona al finalizar cada explicación de las etapas del turismo, por ejemplo en el posindustrial, advierte una nueva cultura turística de los actores: prestadores de servicios y gobiernos. El desarrollo de las tecnologías detona el comportamiento de la demanda, el desempeño empresarial, la función del sector público, las comunidades locales y la estructura de los productos y los servicios.

En el posturismo, la tecnología y la información generan productos competitivos como los parques temáticos. La organización se caracteriza por un conocimiento de las habilidades y competencias, de las primeras se busca la diferenciación para los procesos productivos,

administrativos y la relación con el cliente y desarrollo permanente de empleados y directivos, en un esfuerzo por innovar tecnologías, estructura, funciones, entre otros.

Por lo anterior, el sector turístico de Culiacán, Sinaloa, México, se observa como un campo organizacional (Powell y DiMaggio (1991) que se estudia desde un enfoque sistémico abierto. Factores externos como potencialidad geográfica e hidrológica, la política federal y estatal, ciudades destinos turísticos referentes, transformación de la ciudad de Culiacán, inseguridad, otros sectores de la economía proveedoras de turismo y organizaciones que marcan tendencia, impactan en su interior el sistema sociocultural.

Al interior del campo turístico se configura la estructuración al introducirse el actor que realiza las prácticas para su integración y, conocimiento y profesionalismo en respuesta a la estructura. El análisis de la estructuración conlleva a estudiar las formas en que esos sistemas, creados en las actividades inteligentes de actores situados que destinan reglas y recursos en la diversidad de contextos de acción, son producidos y reproducidos en una interacción (Giddens, 2011) y que, para el caso de esta investigación ante una estructura turística que solo atendía necesidades propias de la actividad económica en donde la hotelería prevalecía, ante la escasa integración de los demás actores restaurantes, transportes, gobierno e instituciones educativas.

La integración para Giddens (2011) es un elemento que denota la reciprocidad de prácticas sean autónomas o de dependencia entre actores o colectividades. Se distingue la integración social de la sistémica, la primera se da cara a cara en circunstancias de copresencia, mientras que la segunda es la reciprocidad por un espacio y tiempo pero no en copresencia.

En relación con el conocimiento y la profesionalización Pinheiro (2002) y Vignati (2006) señalan que en esta actividad el empleado es visto por los turistas como los representantes de las organizaciones y por tanto, los responsables por el éxito y por los problemas en la interacción, de ahí que deben ser dotados de conocimientos y profesionalismo.

En Culiacán, capital del estado de Sinaloa, México, la actividad turística de negocios y reuniones[1] representa 96% de acuerdo con la oficina de convenciones y visitantes (OCV). El Instituto Nacional de Estadística Geografía e Información (INEGI) en 2010 señaló una población de 675,773 en la ciudad y, en lo municipal, 858,638. Es el segundo destino de la entidad con mayor dinámica turística, el primero es Mazatlán.

La evolución de la actividad hotelera de acuerdo con datos del compendio estadístico del turismo mexicano y de la Secretaría de Turismo de Sinaloa, da cuenta que en 2005, se tuvieron llegadas por 301,473, en 2007, 614,556 y en 2013, 694,161, representando 97% nacionales y 3% extranjeros.

El Ayuntamiento de Culiacán (2008), menciona que la ciudad por un largo periodo, preferentemente se dedicaba a actividades del sector primario y en menor medida del secundario, lo que ha cambiado al caracterizarse mayormente por las actividades terciarias, que la convierten en uno de los espacios de intercambio de bienes y servicios más importante de la región noroeste del país.

Esta ponencia tiene como objetivo analizar la conformación de la estructura del campo organizacional turístico en el destino de Culiacán, Sinaloa, como un fenómeno social económico de 1997 a 2014 con base en prácticas que implican la estructuración en temas de integración del campo y, conocimiento y profesionalismo. Una dinámica que ha propiciado el encuentro del gobierno, de los empresarios locales y de las instituciones educativas y actualmente se opera la estrategia para incorporar a la sociedad con una oferta de calidad y sostenible.

2. METODOLOGIA

La metodología cualitativa permitió la realización de cinco entrevistas en profundidad y cinco semiestructuradas a informantes clave prestadores de servicio turístico hospedaje, alimentación y transporte, autoridad de gobierno, representantes académicos, de la OCV y del Consejo de Desarrollo para el Estado de Sinaloa (CODESIN), así como la revisión

[1] Ramírez (2006) y OMT (2010), señalan el turismo de negocios es el conjunto de corrientes turísticas cuyo motivo de viaje está vinculado con la realización de actividades laborales y profesionales mediante visita a empresas, participación en exposiciones y otros eventos. El turismo de reuniones que es una manifestación del turismo de negocios.

documental electrónica e impresa para obtener resultados en un periodo 1997-2014. La interpretación de datos se mantiene a través del análisis del discurso con la doble hermenéutica de Giddens (2011), la interpretación del investigador y la voz del informante para acercarse a la realidad.

3. RESULTADOS

El campo organizacional turístico en Culiacán, hasta antes de 1997 operaba por inercia de la actividad económica. El aliento para acciones de promoción y desarrollo de productos tiene que ver con la restitución del impuesto al hospedaje que originalmente fue 2% y posteriormente en 2007 se incrementó 3% a la Asociación de Hoteles y Moteles de Culiacán, y con ello la constitución del fideicomiso que operaba Promotora Turística, otro motivo es la exención del impuesto al valor agregado para congresos, convenciones y eventos de negocios internacionales a partir de 2004. Este año los actores turísticos se replantean su misión la de generar mayor derrama económica, flujo de visitantes tabla 1 y de inversión a la ciudad, de forma sostenible, teniendo como visión una derrama al doble de la actual y con la meta de hacer una conversión del motivo del viaje teniendo referente el comportamiento de 2009 y hasta 2020.

Tabla 1Comportamiento y perspectiva de crecimiento por motivo de viaje

Año	Reuniones	Negocios	Ocio
2009	4%	94%	2%
2014	9%	87%	4%
2020	18%	72%	10%

Fuente: Elaboración propia, entrevista en profundidad a Informante servicio de hospedaje (ISH)

3.1 Integración

Una manifestación del colectivo es el papel relevante que ha jugado la OCV para la integración con el propósito de convertirse en una cadena turística con la intención de incrementar el número de visitantes y la derrama económica, a través de posicionar el destino Culiacán en el turismo de reuniones como una estrategia a partir de 2007 sin soslayar el turismo de negocios.

La integración se da en dos formas, la de los actores que se relacionan de manera directa con el sector y la de integración de un mayor número de empresas y sectores proveedoras de turismo. Señala el informante del servicio de hospedaje (ISH):

> «…empezamos a darnos cuenta que se necesitaba a los restauranteros, que había algunas agencias de viaje, a integrar al aeropuerto, a la central de autobuses, a los artesanos, que es una experiencia muy agradable…a los transportistas locales, llámese taxista, a las universidades, logramos en ese tiempo incidir en algunas currículas…»

En el proyecto de integración del destino, no todos los actores se han incorporado, se menciona que el sector de hospedaje está integrado 100%, pero en el sector de alimentos son alrededor de 40 restaurantes de 281, aludiendo el compromiso de trabajar de la mano con la OCV además de atender criterios para la atención y sostenibilidad entre ellos: tener un respaldo de la cámara de filiación, tener capacidad instalada para poder recibir al grupo de personas, poder hacer un menú para banquete para eventos de 20, 30, 50 personas en un solo momento, impactar en la sustentabilidad por la ciudad y por el planeta, por ejemplo el aceite se entrega a una compañía que lo proceso, y no se descargar en una coladera y, contar con una página web.

En relación con los actores empresas corporativas y otros sectores económicos su integración es relevante, ya que son los proveedores principales de turismo. En Culiacán se encuentran instaladas corporativos con presencia nacional e internacional entre ellos Coppel, Sukarne, Productos Chata, Casa Ley, Kuroda; además de sectores como la agricultura, la ganadería, la construcción, que en coordinación celebran exposiciones, con el primero una de las más representativas es la EXPOAGRO, foro promotor de los agronegocios, de la innovación y el desarrollo tecnológico.

Este evento lo organiza la Confederación de Asociaciones Agrícolas del Estado de Sinaloa, anualmente con 25 ediciones. Se realiza en un espacio natural como es el Campo Experimental del Valle de Culiacán, en una superficie de 24 Has., además, en la edición 2014 participaron 53 mil personas aproximadamente con 500 expositores, de 26 países además visitantes de la república mexicana.

La integración lleva a prácticas de coordinación y sostenibilidad en la planeación de los eventos que se combinan básicamente con el clima, por ejemplo, las convenciones que se relacionan con el hecho gastronómico, se hacen de octubre a febrero, para aprovechar la zafra; al arribo del calor se da un giro y entonces se echa mano de los salones con aire acondicionado, las convenciones son «…de notarios, de contadores, de doctores o sea gente que no anda populando…»

Se observa que en este esquema de integración de la cadena turística, se opera actualmente con una estrategia de clúster turístico. Este intento de organización tiene relevancia en la formalidad institucional ante la informalidad que padece el sector y, por otra la de tener un acceso a recursos, incorporándose a una estrategia estatal del CODESIN.

3.2 Conocimiento y profesionalismo

La estructuración de las perspectivas de desarrollo de la actividad fue reflexionada a la luz de contar con capital humano con conocimiento y profesionalismo. El colectivo manifestó dos creencias el *culichi* tiene una idiosincrasia del non servicio, y por otra, que sí hay una disposición a servir, ya que el *culichi* es el mejor anfitrión, el más servicial, pero en una relación de tú a tú. Se enfatiza que esto tiene su origen desde los ancestros sinaloenses, al no ser dominados ni conquistados como en el centro del país por los españoles de ahí que al *culichi* hay que entenderlo para poderlo trabajar.

En 2009 tuvo inicio del proyecto de profesionalización del destino, ante la falta de conocimiento de los actores de lo que implicaba la cadena turística, pero ante todo, no había un reconocimiento entre ellos mismos. También se identifica un impulso a la capacitación por parte de la autoridad de gobierno, a los empleados implicados en la actividad. Hay una interacción del gobierno municipal, la OCV, el Instituto de Capacitación para el Trabajo (ICATSIN), la Secretaría de Turismo del estado, las instituciones educativas de nivel técnico y superior y los prestadores de servicio. Las prácticas que han seguido la capacitación y profesionalismo son:

1. La capacitación que el propio empresario le proporciona al trabajador principalmente para sensibilizarlos de la importancia del servicio turístico y del perfil del turista.

2. La capacitación de parte del gobierno municipal y estatal, de la OCV y de ICATSIN

3. La formación profesional técnica y universitaria.

4. La asesoría externa del sector

En relación con el punto dos el número de personas capacitadas de 2011 a 2013 son 1,247. 38 personas se certificación de 2012 y 2013 en los procesos manejo higiénico de alimentos, atención a comensales, preparación de habitaciones para alojamiento temporal y prestación de servicio de recepción y atención al huésped de acuerdo con la Secretaría de Turismo del estado de Sinaloa, (2015).

Con referencia al punto tres relativo a la formación técnica y universitaria, desde 2002 se imparten programas educativos relacionados con el turismo en el nivel universitario y, desde 2008 once instituciones ya cuentan con ofertas.

Como parte de la profesionalización del capital humano instituciones de educación superior incorporaron carreras que si bien no llevan el concepto de turismo impactan de manera directa, es el caso de gastronomía. El informante de servicio de alimentos (ISA) señala:

> «…empezamos a trabajar socialmente, la escuela de gastronomía no crean que fue una idea… todos estos esfuerzos vienen emanados de un proyecto de hace diez año quince años en que me subí de cómo mejorar y bueno nosotros nos dimos cuenta que lo primero que teníamos que hacer era trabajar en la actitud de servicio, una generación nueva, que entendiera el hecho del turismo y qué queríamos lograr…»

La interacción con las instituciones educativas, ha llevado a acciones de revisar currículas con el propósito de acercar la realidad con la academia como es el caso de la Universidad de Occidente. Se observó que en algunos programas no se contaba con materias de impacto en el turismo de negocios y reuniones, por lo que se sugirió una incorporación de asignaturas. Con el Colegio Nacional de Educación Profesional (CONALEP) se trabaja en el desarrollo de productos turísticos.

En relación con el punto cuatro, los actores han recurrido a la asesoría externa a través de las consultoría internacionales de España y actualmente de Colombia, esto les ha llevado a trazar rutas para el desarrollo de la actividad. Sin embargo, hacia estas asesorías existe la crítica de que el proceso ha sido lento con gurús que quieren construir cosas inalcanzables.

4. CONCLUSIONES

La misión y visión planteadas en el campo turístico de Culiacán a partir de 2004 cuya meta es incrementar el flujo de visitantes y derrama económica, se da en un escenario de aprovechar las oportunidades fiscales, la permanencia de corporativos en la zona, los eventos que los otros sectores realizan anualmente y la etapa de transición de la política estatal que coloca al turismo como *motor de la economía*.

La integración social y sistémica (Giddens, 2011) en el tiempo, entre los actores directamente involucrados en el campo con la decisión de operar el turismo de reuniones y de negocios, los lleva a prácticas de estrecha coordinación, de calidad para la atención y la sostenibilidad. En estas últimas destacan los eventos planeados colaborativamente, considerando sus capacidades y el clima de la región. A la fecha se trabaja el proyecto del clúster turístico con una estructura organizacional que sustente la operación turística conformado por agrupaciones de empresas, centros de investigación, instituciones de gobierno y la sociedad civil, con el propósito de compartir objetivos e intereses en común Vignati (2009) y con ello formalizar las actividades.

La estructuración mediante los conocimientos y la profesionalización del capital humano tienen consistencia con la visión de los actores es decir demuestran su conciencia práctica (Giddens, 2011) mediante el proyecto de profesionalización del destino. Se observa el riesgo de frenar la capacitación, en 2014 no se ejecutó el programa por falta de recursos económicos de gobierno.

Actualmente, se aprovecha la experiencia del destino Medellín, Colombia y se ejecutan otros proyectos:

1. Gestión en comunidad, para relacionar al visitante con la identidad de la ciudad.

2. Destino anfitrión para la industria de reuniones, énfasis en el profesionalismo, impacto para el desarrollo de la ciudad y de la industria. En donde sobresale la industria de la agroalimentación.
3. Una ciudad visible ante el mundo.

BIBLIOGRAFÍA

Ayuntamiento de Culiacán (2008), Plan municipal de desarrollo 2008-2010.

DIMAGGIO, P. J. y POWEL, W. W. (2001), Retorno a la jaula de hierro: El isomorfismo institucional y la racionalidad colectiva en los campos organizacionales en El nuevo institucionalismo en el análisis organizacional, Editorial Fondo de Cultura Económica, México.

GIDDENS, A. (2011) La construcción de la sociedad, bases para la teoría de la estructuración, Amorrortu, Buenos Aires, Argentina.

Instituto Nacional de Geografía y Estadística (2013), *Censo de población y vivienda 2010*, disponible en http://www3.inegi.org.mx/sistemas/mexicocifras/25, consultado el 15 de noviembre de 2012.

MOLINA, S. (2006), *El posturismo, turismo y posmodernidad*, México, Editorial Trillas.

Oficina de Convenciones y Visitantes de Culiacán (2013), http://www.culiacan.com.mx/publico/secciones/culiacan.aspx

Organización Mundial del Turismo 2014, *Entender el turismo: Glosario Básico,* disponible en http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-básico

CELSO ANTONIO PINHEIRO, C.A. (2002), Sociología aplicada al Turismo, Editorial Atlas, Sao Paulo, Brasil

Secretaría de Turismo (2013), Compendio estadístico del turismo en México, disponible en http://datatur.sectur.gob.mx/

VIGNATI SCARPATI, FEDERICO (2009), Gestión de destinos turísticos, como atraer personas a polos, ciudades y países, Editorial, Trillas, México.

EL IMPACTO DEL TURISMO EN LAS COMUNIDADES LOCALES: UN TEMA PENDIENTE.

Participación de la comunidad receptora en planes y proyectos turísticos: caso: Mahahual, Quintana Roo.

*Monica Segovia Díaz**
*Bonnie Lucía Campos Cámara***

** Universidad Politécnica de Bacalar. México*
*** Universidad de Quintana Roo. México*

RESUMEN

La planificación de un espacio turístico es un factor determinante para que el desarrollo local sea alcanzado, la comunidad de Mahahual ubicada al sur de Quintana Roo es parte del denominado proyecto “Costa Maya”, en donde se han realizado diferentes proyectos y planes turísticos, sin embargo actualmente la participación de la comunidad está siendo excluida con relación a los programas, proyectos y planes que se llevan a cabo por parte de las entidades federativas y el gobierno estatal, de manera que el abuso de los recursos naturales y la apropiación del territorio para la creación de infraestructura ha permitido a los inversionistas: el tener más acumulando más, y esto ha creado en la actualidad un descontento en la población.

El objetivo de esta investigación fue conocer como se ha dado la participación de la comunidad receptora en los procesos de planeación y gestión en los proyectos turísticos que se han desarrollado para la localidad de Mahahual. La metodología utilizada fue de carácter cualitativo utilizando la técnica de observación participante, la aplicación de 20 entrevistas a profundidad a personas clave y actores del turismo de la localidad. Los principales resultados fueron: 1) Se identificó una comunidad con tres asentamientos humanos marcados con diferentes opiniones. Por ejemplo, en algunos casos la participación está presente en la planeación de los proyectos, sin embargo en otros se desconocen los proyectos y se demuestra desinterés de querer ser participe en los proyectos y planes turísticos del destino de Mahahual. 2) la comunidad muestra mayor interés a participar en los proyectos turísticos condicionado a quien sea el dirigente de la alcaldía.

Palabras clave: Participación, Comunidad receptora, Planeación turística, Mahahual.

ABSTRACT

Planning a tourist space is a determining factor to reach the local development, the community of Mahahual located south of Quintana Roo is part of the project called "Costa Maya", where there have been different projects and tourism plans, However currently the participation of the community is being excluded in relation to the programs, projects and

plans that are held by federal entities and the state government, nevertheless the abuse of natural resources and the appropriation of territory infrastructure development has enabled investors to accumulate more and more, and this has now created discontent among the population.

The objective of this research was to know which has been the involvement of the host community in the process of planning and management in tourism projects that have been developed for the town of Mahahual. The methodology was qualitative technique using participant observation. The application of 20 depth interviews with key people and stakeholders of tourism of the town. The main results were: 1) a community with three human settlements marked with different opinions was identified. For example, in some cases participation is present in the planning of projects, however in other projects are unknown and lack of wanting to be involved in cases and tourist destination plans Mahahual is demonstrated. 2) the community shows interest in participating in tourism projects conditional on who the leader of the mayor.

Keywords: Participation, receiving Community Tourism Planning, Mahahual.

1. LA ACTIVIDAD TURISTICA EN MAHAHUAL

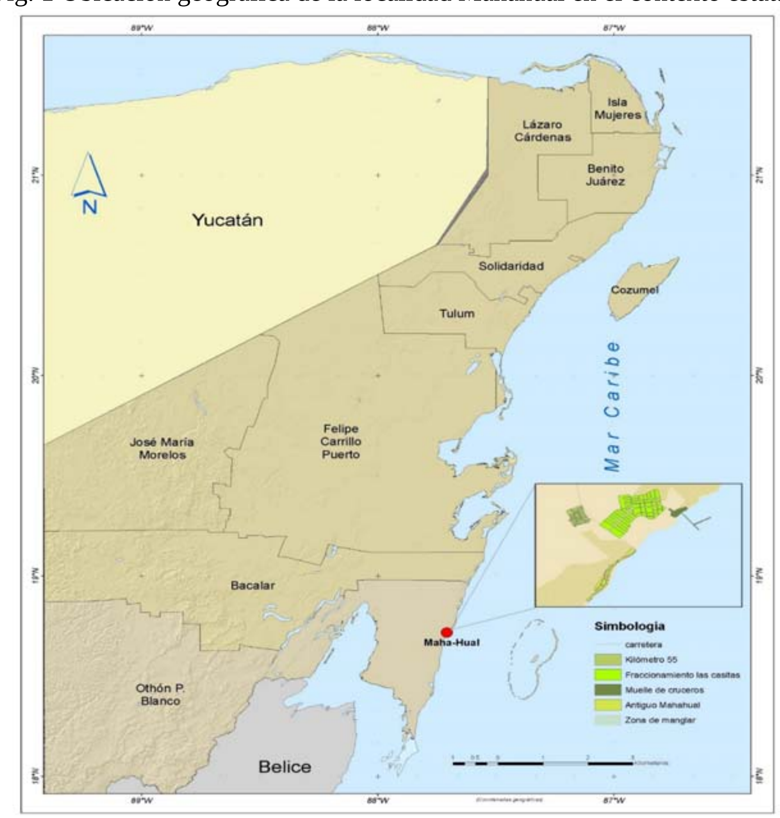
La actividad turística en el estado de Quintana Roo en las últimas décadas ha sido de suma importancia, se puede considerar que ha potencializado muchos aspectos; como los aspectos culturales, económicos y sociales. Quintana Roo es el principal estado de la república Mexicana que atrae al turismo internacional, en el año 2013 alcanzo la llegada de 13.3 millones de turistas internacionales y 3 millones de turistas nacionales logrando generar 10 mil millones de dólares al PIB nacional, siendo sin duda la principal actividad económica del estado.

El principal destino turístico del Estado se ubica en la zona norte en la ciudad de Cancún, que fue el primer centro integralmente planificado, enfocado al turismo masivo de sol y playa con infraestructuras hoteleras de miles de cuartos, así como la presencia de empresas transnacionales con vasta experiencia en la rama turística. La actividad turística es la que aporta un mayor porcentaje al PIB del Estado, se empezó a expandir por todo el litoral, y se comenzaron a crear nuevos proyectos turísticos como la Riviera Maya que abarca el corredor turístico Cancún - Tulum, incluyendo la ciudad de Playa de Carmen en donde se ubica la conocida Quinta Avenida, la isla de Cozumel principal destino de cruceros en Latinoamérica.

El turismo en el Estado presentaba benéficos, desde la década de los 90´s, la expansión del turismo por todo el Estado fue inevitable en el sexenio del gobernador Mario Villanueva Madrid (1993-1999), se comienzan a planear y promover al sur del estado como destino turístico con la finalidad de crear empleos y fomentar el desarrollo regional, considerando que esta zona tiene características medioambientales similares al norte del estado, así como una barrera arrecifal. En el año de 1999 se toma la decisión por parte del gobierno Estatal de crear un muelle de cruceros en la localidad de Mahahual ubicado en el municipio de Othón P. Blanco.

La creación y apertura del muelle de cruceros permitió se comenzarán a elaborar planes y proyectos turísticos en la zona, para los años siguientes de la operación del muelle, la federación, a través del Fondo Nacional de Turismo (FONATUR) elaboró un proyecto turístico denominado “Grand Costa Maya” el cual abarca desde el poblado de Uvero hasta Xcalak con una extensión de 19,400 has dejando en el centro a Mahahual, en donde se propone un desarrollo turístico similar al de Cancún con infraestructura hotelera, campos de golf y zonas residenciales. El municipio de Othón P Blanco con el respaldo del gobierno del estado, presentan el Plan Desarrollo Urbano de Mahahual. Con la finalidad de dar inicio a la gestión del destino.

Fig. 1 Ubicación geográfica de la localidad Mahahual en el contexto estatal.



Fuente: Elaboración Propia con base a la cartografia del INEGI.

Mahahual resulta ser la zona más atractiva dentro del proyecto Costa Maya por su propia ubicación estratégica con el muelle de cruceros y al ser la única localidad que cuenta con una planta turística. Y para después del primer arribo de cruceros se comienzan a presentar cambios sociales como: el incremento de la población con la llegada de inmigrantes nacionales y extranjeros con la idea de ser participe en la actividad del destino.
El interés de los extranjeros principalmente Europeos de invertir en la zona, propicio se comience a dar las ventas de terrenos a lo largo de toda la costa de Mahahual, dejando a la población más antigua en lo que hoy se conoce como el centro de Mahahual playa, en donde comenzaron a ofertar servicios turísticos, dando cabida a que se comience a notar una incipiente integración de la comunidad.

La llegada de miles de turistas al destino permitió que este se consolidara como el segundo puerto más importante en el estado de Quintana Roo, en los años 2005, 2006 y 2007 se

registraron más de 500,000 turistas anuales que visitaron Mahahual, (SECTUR), (Sosa,2010).Mahahual en el 2007 es golpeado por el huracán Dean categoría 5, dejando a su paso daños significativos como la destrucción del muelle de cruceros, así como la infraestructura que se encontraba en el poblado de Mahahual, lo cual generó un desequilibrio en la economía del lugar, así como un desorden en la población a causa de que se destruyeron viviendas de la población. (Sosa, 2011)

En el año 2009 Mahahual estaba reactivado con relación a la actividad turística originando nuevamente notables cambios sociales en la población, a diferencia del 2005 la población de Mahahual creció de manera significativa para el 2010 en más de un 100% de 283 habitantes a 920 habitantes.(INEGI, 2010). A pesar de que el destino turístico Mahahual no se encuentra consolidado, se logra percibir cierto decaimiento en algunas empresas internacionales que apostaron la inversión en el destino, tales como: Sr. Frogs, Lapis, Hard Rock Café y Plaza Fiestas, la razón es que se encuentran ubicadas a las fueras del muelle de cruceros donde los visitantes se asoman muy poco. 1

Debido a los sucesos mencionados, el objetivo del presente trabajo fue identificar como se ha dado la participación por parte de la comunidad de Mahahual en los eventos, (proyectos, planes turísticos) y de qué manera es incluida por parte de los organismos públicos para poder alcanzar un desarrollo local del destino.

2. LA PARTICIPACIÓN Y GESTIÓN DEL DESARROLLO LOCAL EN LA ACTIVIDAD TURISTICA.

El destino turístico Mahahual es la localidad que mayor atención recibe por parte de las autoridades municipales y estatales en el ámbito turístico, debido a que se ha posicionado como el tercer destino de cruceros más importante en México, después de Cozumel y Ensenada, Baja California, dejando por detrás a Acapulco de acuerdo a los datos estadísticos de la Secretaria de Turismo del año 2014.

Tabla 1. Movimiento de Cruceros y Pasajeros Costa Maya-Mahahual

DESTINO	2009	2010	2011	2012	2013	2014
COSTA MAYA	23	25	35	25	133	158

DESTINO	2009	2010	2011	2012	2013	2014
COSTA MAYA	74,611	59,812	99,509	58,780	392,308	415,367

Fuente: indicadores turísticos del estado de quintana roo. Dirección de planeación y desarrollo, SECTUR. 2015

[1] Esta información fue retomada del Periódico Por Esto de Quintana Roo el día 15 de Enero 2013 en el sitio web oficial http://www.poresto.net/ver_nota.php?zona=qroo&idSeccion=2&idTitulo=140220

En materia turística, bajo las aportaciones de diversos autores Monterrubio (2011), Boisier (2004), Zizumbo (2009), es la comunidad la que debe estar involucrada activamente de manera participativa, con la finalidad de alcanzar el desarrollo local. La afirmación de estos autores es porque es la comunidad insertada en dicho territorio la que ofrece sus recursos naturales e interactúa de manera directa con los turistas, en la investigación de Seweryn y Botero (2011) señalan de que si en la comunidad no se recibe tanto costos como beneficios, esta podría también generar el declive o el fracaso del destino.

Es así que otro factor clave a considerar es la gestión de un destino turístico, se encarga de regular, controlar y monitorear las actividades turísticas, por lo tanto, deben estar gestionadas de una manera ordenada, bajo una planificación estructurada en este caso la estratégica por parte de las instituciones y contando con la participación de las comunidades, y por lo tanto alcanzar beneficios para ella, llegando a considerarse una comunidad turística sustentable, y así evitar el deterioro y perdida permanente de los recursos, alcanzando beneficios sociales y económicos (Varisco, 2008) (Ramos, 2009).

La comunidad local de Mahahual debe jugar un papel importante es decir debe participar en la planificación local del destino turístico ya que esto permitirá se alcance los beneficios deseados en lo social, cultural económico y ambiental para la localidad con relación al turismo y es en la planeación y gestión donde la participación de la comunidad debe estar presente. Con respecto al turismo reconocer todo los capitales que están inmersos en el territorio permitirá se dé una gestión adecuada con respecto de los recursos, de igual manera la participación de las localidades en este proceso se considera relevante para determinar los beneficios de la actividad en la comunidad. Por lo tanto la gestión en manos de la misma población permitirá la dirección y la adecuada administración de todos los recursos endógenos situados en el territorio.

3. METODOLOGÍA

La presente investigación tiene un alcance descriptivo-explicativo bajo el enfoque de la metodología cualitativa. La investigación se dividió en dos fases las cuales permitieron el alcance de los objetivos previamente planteados. La primera fase consistió en la búsqueda de información documental que diera el fundamento teórico, la segunda fase se llevó a cabo a través de trabajo de campo y aplicación de entrevistas a actores claves de la localidad.

4. RESULTADOS

En cuanto a los proyectos y planes turísticos que se desarrollan en la localidad el delegado y ex delegados así como participantes en proyectos turísticos, la mayoría mencionó que desconoce cuáles son los proyectos y planes que se llevan a cabo en Mahahual. Con respecto así participan los entrevistados coincidieron en que no son invitados a participar ni informados por parte de las autoridades locales y municipales, algunos incluso mencionaron que no les interesa participar ya que consideran que no hay buena relación entre los diferentes grupos. Sin embargo hubo opiniones encontradas.

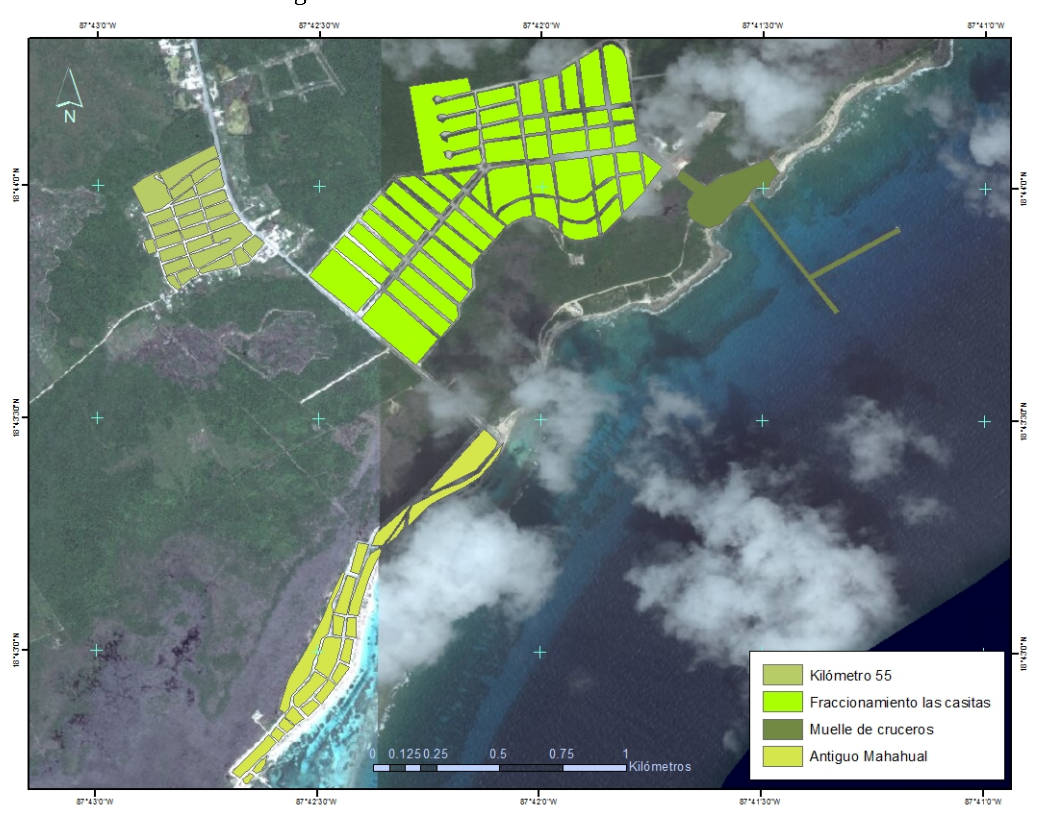
Con relación a si consideran que existe una comunidad, los entrevistados mencionan que existen grupos que no involucran a la localidad a participar y que solo ven por sus propios

intereses ya que se manejan de una manera estrecha con algunas instituciones públicas sin considerarlos a ellos. Mencionan que al no existir una buena relación entre los prestadores de servicios consideran que nunca se podrá desarrollar la localidad de Mahahual.
Gran parte de los entrevistados de la localidad menciono que en Mahahual existen grupos que son conocidos, como los italianos, los restauranteros que son los que llevan una relación estrecha con las instituciones públicas, de igual manera mencionan que este grupo al que nombran como los italianos han a su vez hecho grandes cambios para atraer más turistas, pero no perciben que los beneficios se estén reflejando de manera general, si no que únicamente se queda entre ellos.

El presidente de la asociación de hoteles, cabañas y hostales de Mahahual Luciano Consoli, con relación a la participación y la relación entre los organismos públicos menciona que se da de manera regular para promover al destino y la actividad turística, sin embargo aclara que en la comunidad de Mahahual es muy difícil llevar una buena comunicación y relación con todos los involucrados en la actividad turística, ya que existen intereses distintos, considera que la población local carece de una visión empresarial y que por lo mismo no se interesa en querer participar en los eventos o proyectos que se elaboran para que la localidad alcance un desarrollo.

Como parte resultado de la observación se pudo notar que existe una comunidad dividida por tres asentamientos humanos, que se involucran de manera aislada en la actividad turística que se desarrolla en Mahahual. (Figura 2), de igual forma se pudo notar que gran parte de la población se dedica a la prestación de servicios turísticos es parte de una población flotante que viaja únicamente los días que arriban los cruceros, siendo esto un aspecto importante ya que esta población no se involucra con lo que sucede en la localidad, es decir que no resienten los efectos sociales como la población que si vive en Mahahual.
A lo largo de la investigación se pudo observar que la población de la localidad se inclina a participar con base a la simpatía o empatía que tenga con los representantes de la gestión pública en este caso el alcalde.

Figura 2. Asentamientos humanos de Mahahual



Fuente: Elaboración propia

La localidad de Mahahual sin duda presenta grandes transformaciones por la actividad turística, existe una notable participación de la localidad a través de la prestación de servicios que se ofertan. Sin embargo con relación al objetivo que se planteó en este trabajo se logró obtener información que permite afirmar que no existe una participación directa en los proyectos y planes que se han desarrollado en el destino, la población en su mayoría desconoce los proyectos que se realizan y se han propuesto para la localidad.

De igual forma se puede afirmar que uno de los grandes problemas de la localidad es que el Programa de Desarrollo Urbano de Mahahual PDU que se desarrolló para la localidad hasta la fecha no se ha llevado acabo como se había a una localidad con carencias y necesidades en materia de infraestructura lo que ha propiciado un descontento en la localidad y una notable segregación en los asentamiento humanos tal es el caso del kilómetro 55, en donde la presencia de los invasores es notable en este asentamiento lo que impide de igual manera que el desarrollo local se pueda alcanzar, considerando lo que Boisier comenta como parte de la teoría.

Otro aspecto relevante que dejo esta investigación, fue que al existir una población flotante es decir que únicamente esta en días de cruceros, no se puede decir que la comunidad de Mahahual esté interesada a participar activamente en los proyectos y esto a su vez deja en evidencia que la gestión del destino no puede ser regulada por los que ahí

habitan, sin embargo existen grupos que se han dado a la tarea de llevar una gestión de los principales atractivos turísticos y de promocionar al destino, lo que para muchos ha generado un descontento por ver que estos grupos son los únicos que reciben notables beneficios de la actividad turística.

Nos queda claro que es la comunidad la que debe estar interesada en saber qué es lo que se pretende desarrollar en el destino si el interés de la comunidad receptora no se hace presente, es difícil pensar que Mahahual no seguirá el mismo camino que destinos como Cancún, Acapulco y Huatulco han tenido: un fracaso y un decaimiento por no considerar la participación de la sociedad en la gestión del destino. Es decir que alcanzar el desarrollo local en Mahahual no será alcanzado a menos que todos los actores sociales de la comunidad se involucren y sean gestores de sus propios recursos.

5. CONCLUSIONES

Nos queda claro que el turismo comunitario debe de tener en cuenta la sostenibilidad ambiental, social y cultural, y ello gestionado y dirigido por la propia comunidad de Mahahual con el propósito de permitir a los visitantes aprender más y ser más conscientes sobre la localidad y su forma de vida. De acuerdo con Hiwasaki (2006), hay que tener presente que el turismo comunitario debe:
Fortalecer a la comunidad a través de su participación en la planificación y gestión turística; así como conservar los recursos, teniendo a través del desarrollo turístico un impacto positivo en ellos y contar con un desarrollo social y económico, que genere actividades en la zona turística mismas que beneficien a la comunidad.
Los resultados de esta investigación ponen de manifiesto que no existe una integración de la comunidad en Mahahual, se observaron grupos divididos con objetivos diferentes en materia turística.
Sin duda, el modelo turístico comunitario debe generar beneficios locales en su conjunto, es decir, integrar a los habitantes a la cadena de valor, y buscar con ello, la generación de puestos de trabajos directos e indirectos, así como fomentar un desarrollo turístico comunitario, considerando que tenemos en la zona norte (Riviera Maya) un turismo de masas del "todo incluido" gestionado por grandes cadenas hoteleras internacionales que, a pesar de generar riqueza indirecta al país , no proporciona un crecimiento equitativo al estado acorde a los beneficios generados, y da lugar a la marginación de la población local. Ésta es una forma de turismo muy condicionada a los beneficios de unos pocos y no dirigida a los de toda la comunidad.
A pesar de que existen planes y proyectos en Mahahual, la comunidad desconoce la existencia de estos, no existe difusión por parte de las instancias encargadas para involucrar la participación de la comunidad. Costa Maya-Mahahual, goza de condiciones y atractivos naturales que lo hacen potencialmente destino un turístico el cual puede ayudar a detonar el desarrollo local de la localidad y así poder alcanzar la sustentabilidad que se plantea en los planes estatales y federales sectoriales del turismo. Pero para que esto se pueda dar es necesario que la participación de la localidad se ha incluida en los proyectos que se realicen y que la gestión del destino se ha una labor socialmente incluyente. Finalmente, es importante mencionar que la crítica académica deberá hacer hincapié en monitorear las iniciativas del gobierno mexicano, con el fin de lograr una gestión más equilibrada de los beneficios hacia las empresas y los destinos receptores ; así

como señalar, atender y mitigar los impactos negativos que se originen de la actividad turística.

BIBLIOGRAFÍA

CAMPOS, B. (2010): *Region turística Costa Maya.* En B. Campos, Analisis territorial del turismo region Costa Maya (págs. 15-50). México : Plaza y valdés editores.

BOISIER, S (2004): *Desarrollo territorial y descentralización. Eldesarrollo en el lugar y en las manos de la gente.* Revista eure (Vol. XXX, Nº 90), pp. 27-40, Santiago de Chile.

Gobierno del estado de Quintana Roo (2000): *Plan Estratégico de Desarrollo integral de Quintana Roo* 2000-2025

Gobierno del Municipio de Othón P. Blanco (2005): *Programa de Desarrollo Urbano de Mahahual*, publicado en el Periódico Oficial de Gobierno del Estado de Quintana Roo, 17 de Marzo 2005, tomo I, , núm. 14 Extraordinario, Sexta Época.

Hiwasaki, L. (2006): "Community-Based Tourism: A Pathway to Sustainability for Japan´s Protected Areas", Society and Natural Resources, vol. 19.

Instituto Nacional de Estadística y Geografía INEGI. (2004) *Anuario Estadístico de Quintana Roo*

HERNANDEZ, A. (2010). *Analisis de la politica y gestion ambienal para las actividades turísticas en Mahahual.* En B. Campos, Analisis territorial del turismo región Costa Maya (págs. 233-298). México: Plaza y valdes editores .

MARCHIONI, M (2003) *Organización y desarrollo de la sociedad. La intervención comunitaria en las nuevas condiciones sociales.* Cuadernos de Animación nº 5.

MONTERRUBIO, J. (2009). *Comunidad receptora: elemento esencial en la gestion turística.* Gestion Turistica, 101-111.

MONTERRUBIO, J. (2011). *Turismo y cambio sociocultural una perspectiva conceptual* . Mexico : Plaza y valdés editores.

RAMOS, A. (2009). *Propuesta de desarrollo turístico sustentable en municipios ubicados en la region de la cañada en estado de Oaxaca 2008* . Turismo y desarrollo local , 1-35.

SEWERYN, Z. BOTERO, C. (2011). *Percepcion de la comunidad receptora como indicador del ciclo de vida de un destin, hacia el desarrollo de un sistema de alerta temprana para pequeños destinos*. Estudios y perspectivas en turismo, 1366-1388.

SOSA, A. P. (2011). *Características sociodemográfias en poblaciones de centros tuísticos de rapido crecimiento Majahual* . Tesis de doctorado, Facultad de Filosofia y letras, Universidad Autonoma de México .

SECTUR (2002). Compendio Estadístico.

VARISCO, C. (2008). *Turismo y desarrollo económico local.* Aportes y transferencia, 126-148.

EL IMPACTO DEL TURISMO EN LAS COMUNIDADES LOCALES: UN TEMA PENDIENTE

Perspectivas de los habitantes de Villa Tapijulapa, al recibir el nombramiento de Pueblo Mágico

Verónica Isabel Palma Córdova
Ma. Dolores May Tosca
Sara Trejo González

Universidad Tecnológica de Tabasco. México

RESUMEN

El programa Pueblos Mágicos tiene contemplado entre sus prioridades que la comunidad con esta nominación sea receptora de visitantes y que sus ingresos se incrementen.

El efecto ser Pueblo Mágico es mejorar la imagen urbana y se inscriben en la necesidad de conjuntar esfuerzos para convertirlos en detonadores de economía local y regional.

El turismo y el flujo de visitantes, produce resultados sorprendentes en comunidades de gran fuerza cultural, de entornos urbanos y naturales de gran impacto. Lograr dicho efecto se rige por lineamientos que se tienen que cumplir y ser supervisados por las autoridades correspondientes. Se evalúan varios factores que permiten una estimación integral de la localidad que es nombrada Pueblo Mágico, al tomar en cuenta, a la sociedad, autoridades estatales, municipales, la planeación y programas, entre otros elementos relacionados con la oferta turística.

El Pueblo Mágico de Villa Tapijulapa obtuvo su nombramiento el 8 de junio del 2010. Sin embargo hasta la actualidad se ha proyectado escasamente a nivel nacional; se presume que algunos lineamientos se están omitiendo en su aplicación o el seguimiento no es el adecuado, siendo los beneficios poco visibles en la comunidad.

En relación a lo anterior, se realizó una investigación para verificar si se trata de un programa donde se promueve la cooperación de la comunidad y el nivel de participación de los habitantes en ostentar dicho nombramiento, se aplicaron encuestas a habitantes de las siete colonias que integran Villa Tapijulapa, eligiendo viviendas de manera aleatoria sistemática, asegurándose que en cada punto del levantamiento se cumpliera con una distribución de equidad de género, mayoría de edad y ocupación.

Cabe resaltar que las preguntas se clasificaron de acuerdo al orden de los lineamientos que rigen a los Pueblos Mágicos y se agruparon para obtener la opinión de funcionarios estatales y municipales, comité de Pueblo Mágico inmersos en la administración del destino turístico, así mismo la población.

En la opinion de los funcionarios estatales, municipales y comité de Pueblo Mágico sobre el *Compromiso con la sociedad local:* referente del binomio sociedad y autoridades locales, se muestra como resultado que los funcionarios observan que la población tiene el

interés de seguir con el nombramiento de Pueblo Mágico, sin embargo en las entrevistas con los funcionarios ninguno de ellos mostró evidencias al respecto.

La percepción de los habitantes de Villa Tapijulapa sobre la perspectiva del nombramiento de Pueblo Mágico, denota una postura de inconformidad debido a que no son tomados en cuenta para los programas de beneficios familiares y económicos. El 53% de los encuestados opina que no se ha generado empleos en la comunidad, 47% considera que a excepción de cuando hay eventos o festividades se crean algunos empleos temporales.

Se identificó que es necesario integrar a todos los barrios de Villa Tapijulapa en el programa de Pueblo Mágico para que la población se interese y pueda le sea útil el nombramiento recibido, lo primordial es que se beneficie la comunidad y no se arriesgue el título obtenido.

Palabras clave: Pueblo Mágico, Lineamientos, Turismo, Comunidad, Habitantes.

ABSTRACT

The Magic Towns program has included among its priorities with this nomination is that the community receives more visitors and increases their incomes.

The effect of being Magic Town is to improve the city's image and entered in the need to combine efforts to become detonators of the local and regional economy.

Tourism and visitor flow, produces amazing results in communities of great cultural force, urban and natural environments of great impact; to achieve this effect is governed by guidelines that must be met and monitored by the relevant authorities to evaluate and to do several factors that allow a comprehensive estimate of the town being named Magic Town, taking into account the society, state, municipal, planning and programs including tourism related items.

The Magical Town of Villa Tapijulapa receives its name on June 8th, 2010, up to now almost nothing has being done to promote and project on national level, it is inferred that some implementations have been omitted in its implementation or monitoring is not adequate with benefits barely visible in the community.

In relation to what it was mention before this research was done to verify whether it is a program where community cooperation and the level of participation of the citizens in showing this remark name, to do this some questioners were applied to inhabitants of the seven colonies of Villa Tapijulapa by choosing homes systematic random manner, ensuring that at each point of the uprising was fulfilled with a distribution of gender equality, age and occupation.

It should be noted that the questions are classified according to the order of the guidelines as the president of the Magical Towns association and pooled to obtain the views of state and municipal officials, committee magical town immersed in the administration of destination, likewise the population.

In the opinion of people working at the state, municipal and committee Magic Town on Commitment to local society regarding the binomial society and local authorities, is shown as a result that officials observed that people have the desire to continue with the name of

Magic Town, though in interviews with officials showed any evidence to continue maintaining it.

In the feelings of the people of Villa Tapijulapa about the prospect of the remarkable name of Magic Town, it shows an attitude of not being satisfied with that because they are not considered for family programs and economic benefits. 53% of respondents believe that it was not generating jobs in the community, 47% think that except for when events or holidays some temporary jobs are created.

It is necessary to integrate all communities of Villa Tapijulapa in Pueblo Magico program in order to make people interested and may be useful the remarkable name received, the most important thing is to generate that the community get benefits and do not take the risk of the losing the remarkable name.

Keywords: Magic Town, Guidance, Tourism, Community, inhabitants.

1. MARCO TEÓRICO

El programa Pueblos Mágicos tiene contemplado entre sus prioridades que la comunidad con esta nominación sea receptora de más visitantes y que sus ingresos se incrementen. A continuación se mencionan cuáles son los antecedentes de este programa, en qué consiste la nominación, sus objetivos y se enlistan los pueblos que participan en el programa hasta el año 2014.

El **Programa Pueblos Mágicos**, desarrollado por la SECTUR (Secretaría de Turismo) en colaboración con diversas instancias gubernamentales y gobiernos estatales y municipales surgió en el año 2001. Favorece a revalorar a un conjunto de poblaciones del país que siempre han estado en el imaginario colectivo de la nación en su conjunto y que representan alternativas frescas y diferentes para los visitantes nacionales y extranjeros. Más que un rescate, es un reconocimiento a quienes habitan esos hermosos lugares de la geografía mexicana y han sabido guardar para todos, la riqueza cultural e histórica que encierran.

Los siguientes lineamientos son utilizados para calificar a una localidad que pretende pertenecer al programa Pueblo Mágico, así mismo son empleados para las evaluaciones (anuales) de seguimiento, esto con el objetivo de garantizar la calidad del destino turístico.

Cabe mencionar que se evalúan varios factores que permiten una valoración integral de la localidad que será o es nombrada Pueblo Mágico, al tomar en cuenta, a la sociedad, autoridades estatales, municipales, la planeación y programas para operar el Pueblo Mágico, entre otros elementos relacionados con la oferta turística.

Involucramiento de la Sociedad y de las Autoridades Locales.

- Instrumentos de Planeación y Regulación

Instrumentos de Planeación y Regulación

- Planes de Desarrollo Estatal y Municipal.
- Programa de Desarrollo turístico municipal.
- Reglamento de imagen urbana y plan de manejo en función del Programa Pueblos Mágicos.
- Programa de reordenamiento del comercio semifijo y/o ambulante

Impulso al Desarrollo Municipal

- Programas diversos de apoyo al desarrollo municipal
- Continuación y consolidación de programas y/o acciones de desarrollo turístico.
-

Oferta de atractivos y servicios

- Contar con un atractivo turístico simbólico
- Contar con atractivos turísticos diferenciados
- Servicios turísticos que garanticen su potencial comercialización
- Servicios de asistencia y seguridad[1]

Valor Singular "La Magia de la Localidad

- Sustentar una tesis sobre la magia de la localidad
- Declaratoria de "Zona de Monumentos Históricos"
- Acciones de conservación del patrimonio tangible e intangible[2]

Condiciones y Espacios Territoriales

- Factibilidad para la comercialización turística

Impacto del Turismo en la Localidad y Área de Influencia

- Sistema de información turística estatal
- Valoración del impacto turístico a nivel regional y/o municipal

Desarrollo de Capacidades Locales.

- Taller de inducción Programa Pueblos Mágicos
- Taller de planeación y gestión del turismo cultural

2. METODOLOGÍA

El estudio pretende estimar el nivel de cumplimiento de los lineamientos y reglamentos aplicables al programa Pueblos Mágicos por parte de las autoridades estatales, municipales y comité de Pueblo Mágico. Se intenta observar en qué medida nuestra variable independiente, cumplimiento de lineamientos y reglamentos, influye o no sobre la participación de los habitantes del Pueblo Mágico de Villa Tapijulapa. Será una forma de evaluar si es efectiva la aplicación de políticas públicas en el nombramiento de Pueblos Mágicos y la participación de los habitantes en ostentar dicho nombramiento.

La investigación intenta verificar empíricamente si se trata de un programa efectivo, aplicando un cuestionario-entrevista a las autoridades estatales, municipales y comité de Pueblo Mágico. En igual forma, se realiza un cuestionario-entrevista para determinar la participación de la comunidad en el programa Pueblo Mágico.

La encuesta se aplica con el fin de conocer la opinión de los habitantes de Villa Tapijulapa en relación a tres indicadores de estudio: identificación de la aplicación de los lineamientos

---

Secretaria de Turismo. Programa Pueblos Mágicos. Rodolfo Elizondo Torres Secretario de Turismo Francisco Madrid Flores Subsecretario de Operación Turística Carolina Cárdenas Sosa Subsecretaria de Planeación Turística.URL http://www.sectur.gob.mx. (Consulta 8 Mayo 2014)

establecidos por SECTUR, análisis de la competitividad y diagnóstico de la identidad para los habitantes de ser Pueblo Mágico. Los detalles metodológicos y técnicos se describen a continuación.

La aplicación de la encuesta se realizó en un periodo que comprendió del 8 de junio al 15 de Agosto del 2014 en 7 colonias que integran la Villa Tapijulapa a 200 sujetos de estudio.

Como marco muestral se utilizó la división geopolítica de la Villa Tapijulapa, dividida en 7 colonias (Nueva Creación, Explotan, Sabanilla, Isabel Calzada, La Curva, La Loma, Centro) las cuales sirven como puntos de levantamiento y recopilación de la información por vía de encuesta directa. Adicionalmente, se obtendrá información del comité de Pueblos Mágicos, funcionarios municipales y estatales por vía de entrevista dirigida.

El diseño de la muestra consiste de los siguientes elementos:

a) Definición de la población objetivo

La población objetivo son los mexicanos adultos que viven en Villa Tapijulapa. Está diseñada para reflejar las características de esa población, en términos de su distribución geográfica (colonias), sociodemográfica (sexo, edad, ocupación) y la opinión de los encuestados sobre los indicadores antes mencionados.

b) Procedimiento de selección de unidades

La muestra fue selección de múltiples etapas:

Para la primera etapa se seleccionaron las 7 colonias que integran la villa (incluyendo Centro de la Villa) como puntos de levantamiento correspondientes a la distribución geopolítica del Pueblo Mágico.

Se selecciona la zona del Centro del Pueblo Mágico como punto de partida de aplicación de las encuestas, debido a que se concentra la mayor actividad económica.

Seguido, se aplican las encuestas en las colonias próximas al centro y así sucesivamente hasta cubrir las 7 colonias en su totalidad.

Después de aplicar una fórmula para determinar la muestra en poblaciones finita de un muestreo probabilístico se obtiene el dato de 201 encuestas como muestra, distribuyendo 29 encuestas en cada una de las 7 colonias mencionadas.

Para la segunda etapa, se utiliza la cartografía de la Villa del Pueblo Mágico de Tapijulapa, para ubicar las colonias y hacer la distribución con el equipo de trabajo de profesores y alumnos con la finalidad de realizar el levantamiento de información en campo.

En la tercera etapa, se eligen viviendas de manera aleatoria sistemática dentro de las colonias previamente seleccionadas.

En la cuarta y última etapa, una vez que un domicilio fue elegido para aplicar la entrevista, el encuestador selecciona a la persona asegurándose de que en cada punto de levantamiento se cumpla con una distribución de equidad de género, mayoría de edad y ocupación.

En caso de que la vivienda fuera inaccesible, o que la persona seleccionada en la muestra declinara la entrevista, la suspendiera o que no pudiera ser contactada, el encuestador sustituirá el hogar en el que no se realizó la entrevista por otro. La selección de hogares sustitutos se llevará a cabo de forma aleatoria sistemática. Cada entrevistador llevará el

registro correspondiente de cuestionarios no contestados para calcular las tasas de respuesta, cooperación y rechazo del estudio, descritas más adelante.

3. RESULTADOS

3.1. Análisis del Cumplimiento de los lineamientos de operación del Pueblo Mágico de Villa Tapijulapa.

En esta sección se propone evaluar el nivel de cumplimento de los lineamientos que rigen al Pueblo Mágico. Para este fin se elaboró un modelo de cumplimiento de lineamientos y reglamentos. Previamente, se diseñó un cuestionario que fue aplicado a, funcionarios estatales, municipales, comité de pueblo mágico y los habitantes de Villa Tapijulapa.

El modelo y cuestionario se ha adecuado para estudiar el nivel de cumplimento de los lineamientos y reglamentos que rigen a Villa Tapijulapa. Los resultados de este modelo permitirán tomar decisiones sobre aspectos de mejora que impactan a la consolidación del Pueblo Mágico como destino turístico. Los criterios que se tomaron son:

0	1	2	3
Para decir que no se ha emprendido ninguna acción para cumplir con el lineamiento, en lo que se refiere a atractivos turísticos que no se cuenta con ellos.	Se encuentra en proceso de estructuración o que existe poco interés por parte de los involucrados, en el caso de los atractivos y armonía este número se refiere a que son irrelevantes las acciones que se han implementado.	Se refiere a que se han emprendido acciones pero que no se ha consolidado el cumplimiento del lineamiento, respecto a los atractivos turísticos están en proceso de remodelación y/o consolidación.	Se describe que el lineamiento se cumple en un ciento por ciento, en relación a los atractivos turísticos estos se encuentran en óptimas condiciones y se ofertan como parte del patrimonio natural y cultural.

Cabe resaltar que las preguntas se clasificaron de acuerdo al orden de los lineamientos que rigen a los Pueblos Mágicos y se agruparon para obtener la opinión de funcionarios estatales y municipales, comité de Pueblo Mágico inmersos en la administración del destino turístico, y también a la población.

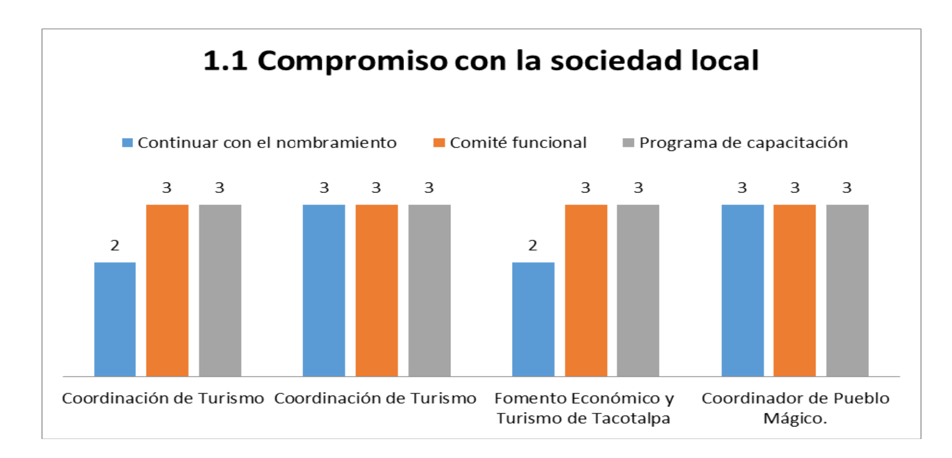
Funcionarios estatales, municipales y comité del Pueblo Mágico:

En las siguiente gráficas se puede mostrar cómo se califica cada uno de los lineamientos de acuerdo a los criterios de los funcionarios estatales, municipales y comité de Pueblo Mágico.

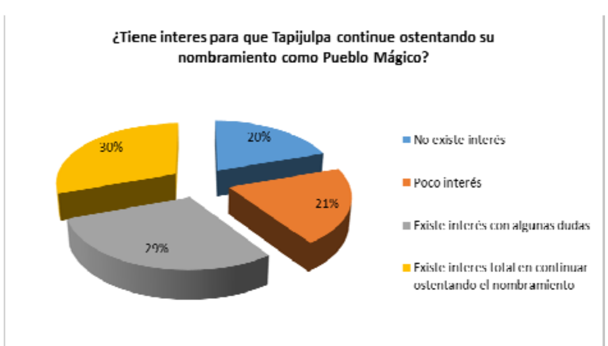
3.1.1 Compromiso con la sociedad Local.

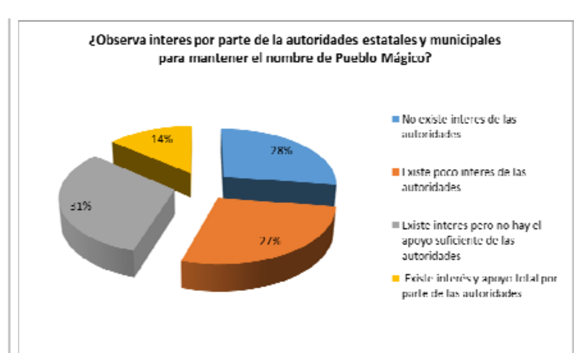
En el primer apartado referente del binomio sociedad y autoridades locales, se puede indicar como resultado que los funcionarios observan que la gente tiene el interés de seguir con el nombramiento de Pueblo Mágico. Se denota, asimismo, que hay un comité en funcionamiento que ha realizado las gestiones para recibir capacitaciones y presentan documentación que indica la inversión realizada, sin embargo en las entrevistas con los

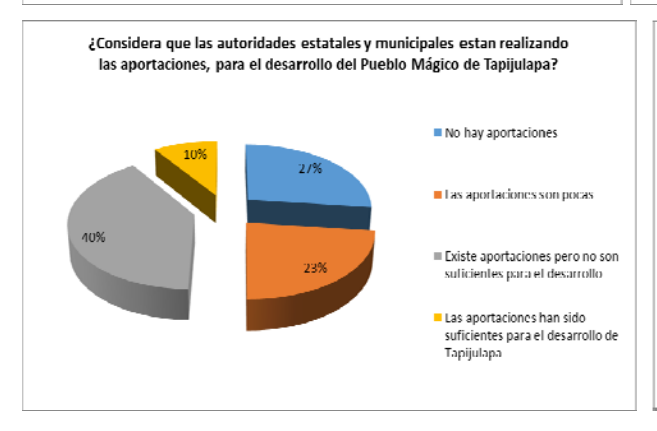
funcionarios ninguno de ellos mostró evidencia de las capacitaciones recibidas, antes o después de recibir el nombramiento de Pueblo Mágico.

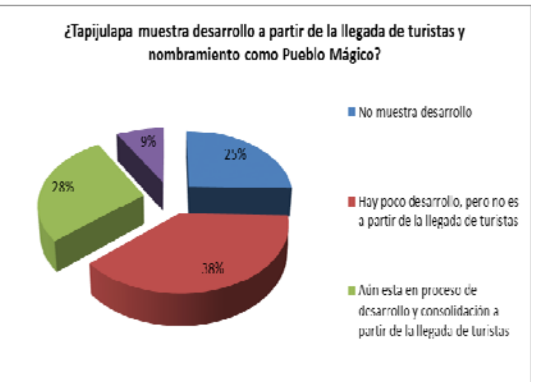


A continuación se muestran algunas de las gráficas sobre la opinión de la población donde pueden observarse los resultados de acuerdo a su perspectiva de que tengan el nombramiento de Pueblo Mágico. Se debe resaltar que los barrios pertenecientes a Villa Tapijulapa muestran una actitud de no estar conformes con ello, debido a que no son tomados en cuenta para los programa de beneficios.









4. CONCLUSIONES

Después de haber concluido con esta investigación es importante mencionar que los lineamientos que se estudiaron deben tener un seguimiento si se pretende cumplir con lo estipulado en el programa de Pueblos Mágicos. Como se mencionó, el no cumplirlos en

forma correcta deriva en la pérdida del nombramiento de Pueblo Mágico, y en consecuencia no podrá volver a pertenecer a este programa. Es importante resaltar que los lineamiento que se estudiaron en esta investigación ya no serán los mismos a partir del mes de septiembre, porque han sido modificados por la Secretaria de Turismo.

Otro aspecto importante que se dio durante el desarrollo de la investigación, fue la proximidad que se logró con la población a partir de las entrevistas, que permitió conocer en profundidad su vida diaria ; detectar cuáles eran sus necesidades reales y las diferencias de opiniones acerca de que el pueblo pertenezca a este programa.

El pueblo tiene potencial para seguir siendo Pueblo Mágico pero se necesita más apoyo por parte de las autoridades estatales, municipales y de igual manera es necesario que el comité del Pueblo Mágico se integre más a la población y tome en cuenta a cada uno de los barrios pertenecientes a él.

BIBLIOGRAFÍA

LYNCH K. (2014) La imagen de la ciudad. 1ª ed., Rustica. P. 78

SEGRE R. (1977) Las estructuras Ambientales de América Latina. 1ª ed., Siglo Veintiuno, 1977. P. 150

Secretaria de Turismo. Programa Pueblos Mágicos. Rodolfo Elizondo Torres Secretario de Turismo Francisco Madrid Flores Subsecretario de Operación Turística Carolina Cárdenas Sosa Subsecretaria de Planeación Turística.URL http://www.sectur.gob.mx. (Consulta 8 Mayo 2014) SMITH, J. (1987): *A Short Course on Cooperation*, Cambridge University Press, Nueva York.

EL IMPACTO DEL TURISMO EN LAS COMUNIDADES LOCALES: UN TEMA PENDIENTE.

Turismo y fiestas tradicionales: propuesta de indicadores para medir el impacto de la actividad turística a partir de la percepción de la comunidad receptora.

Dra. Rosa Mayra Ávila Aldapa
Luis Leopoldo Saucedo Galván
Laura Leticia Ramírez Nájera

Instituto Politécnico Nacional. Escuela Superior de Turismo. Sección de Estudios de Posgrado e Investigación. México

RESUMEN

La relación entre el patrimonio cultural y el turismo ha sido un tema ampliamente estudiado y discutido por diversos organismos e investigadores a nivel mundial. Sin embargo, pocos han analizado los impactos que la actividad turística genera sobre el patrimonio inmaterial de las comunidades receptoras. Este patrimonio que comprende las tradiciones, creencias, modos de vida y otras expresiones de los pueblos, puede verse modificado y desvirtuado de su carácter tradicional, volviéndose un producto artificial para el mercado turístico. Actualmente los estudios interdisciplinarios han permitido ahondar en las diversas implicaciones sociales, culturales y económicas que tiene el turismo sobre el patrimonio cultural. Sobre esta base, se ofrece un panorama general de los conceptos de patrimonio, cultura y turismo, con la finalidad de entender los impactos que la actividad turística puede tener en los bienes patrimoniales culturales de las comunidades receptoras.

Esta investigación tiene como caso de estudio a la delegación Milpa Alta del Distrito Federal puesto que es la demarcación donde se celebra el mayor número de fiestas tradicionales (185 anualmente) y se hacen 14 millones de visitas (PROSECTUR, D.F., 2013).

Los estudios sobre los impactos de la actividad turística sobre el patrimonio cultural inmaterial de las comunidades receptoras son limitados. Esto ha implicado que los aspectos teóricos y metodológicos sean escasos también. Sin embargo, una de las metodologías más adoptadas es la identificación y análisis de las percepciones de la comunidad receptora sobre los cambios generados por el turismo.

La comunidad local, por su estancia permanente en la localidad, es un recurso valioso para identificar los efectos de la afluencia temporal de visitantes. Por ello, se aplicaron 272 encuestas a los habitantes de la delegación Milpa Alta (en específico a los residentes de los pueblos donde se celebran las fiestas). Esto tiene como objetivo identificar que impactos sociales, culturales y económicos han percibido en su comunidad. Los indicadores propuestos en esta investigación se dividen en tres dimensiones principales: impactos económicos, impactos sociales e impactos culturales. Posteriormente se analizaron los

resultados que se obtuvieron de las encuestas realizadas a la población de la delegación. Esto nos permitió determinar qué factores influyen en la percepción de los residentes sobre la actividad turística.

Palabras clave: Turismo, patrimonio cultural, fiestas tradicionales.

ABSTRACT

The relationship between the cultural heritage and tourism has been a topic widely studied and discussed by various agencies and researchers worldwide. However, few have analyzed the impacts that tourism generates on the intangible heritage of the receiving communities. This heritage that includes the traditions, beliefs, lifestyles and other expressions of people can be modified and disproved of its traditional character, becoming an artificial product for the touristic market. Nowadays, the interdisciplinary studies have looked into the social, cultural and economic implications of tourism on the cultural heritage. On this basis, it is provided an overview of the concepts of heritage, culture and tourism, with the aim of understanding the impacts that tourism can produce on the cultural heritage of the receiving communities. This research has as a case study the delegation Milpa Alta in the Distrito Federal because it is the demarcation where is held the largest number of traditional festivals (185 annually) and receive 14 million visits.

The studies of the impacts of tourism on the intangible cultural heritage of the host communities are limited. This has meant that the theoretical and methodological aspects are also scarce. However, one of the methodologies more taken is the identification and analysis of the perceptions of the host community about the changes generated by the tourism. The local community, by his permanent stay in the town, is a valuable resource for identifying the impact of the temporary influx of visitors. Therefore, 272 surveys will be applied to the inhabitants of the Milpa Alta delegation (in specific to the residents of the villages where the feasts are celebrated). This aims to identify what impacts social, cultural and economic have perceived in their community.

The indicators proposed in this research are divided into three main dimensions: economic impacts, social impacts and cultural impacts. Subsequently the results obtained from the surveys of the population of the delegation will be analyzed in order to determine which factors influence the perception of residents on tourism activity.

Keywords: Tourism, cultural heritage, traditional fests.

1. INTRODUCCIÓN

En las últimas décadas la industria turística a nivel mundial ha visto en el patrimonio cultural y natural un valioso recurso para generar productos que motiven el desplazamiento de visitantes a diversos destinos. Sin embargo, esta relación no siempre ha sido armónica e incluso se habla de una explotación irracional de los recursos culturales, amenazando así los bienes patrimoniales (tanto materiales como inmateriales) de las comunidades receptoras. Actualmente esta vinculación se encuentra atravesada por un gran número de impactos tanto positivos como negativos. En un inicio, los esfuerzos académicos sobre los

impactos del turismo se concentraron en la aportación económica que el turismo tiene en las comunidades receptoras, así como en los efectos ambientales que éste genera en el entorno natural del destino. Sin embargo, a partir de las década de los setenta los efectos socioculturales del turismo han sido también reconocidos como temas de investigación en diferentes partes del mundo (Pearce *et al*, en Monterrubio, 2011).

Sobre esta base, este escrito busca hacer una propuesta para medir los impactos que la actividad turística genera en una demarcación del Distrito Federal. Se eligieron como caso de estudio las fiestas tradicionales de la delegación Milpa Alta, Debido a que conservan características culturales (arraigo en las tradicionales locales, sentido de pertenencia e identidad) y de carácter social (como la participación comunitaria, inclusión) que les permiten ser consideradas como bienes patrimoniales inmateriales para los habitantes de esta región. Estos eventos dan origen a distintas relaciones que permiten intercambiar conocimientos y experiencias entre los diversos actores sociales que convergen en la demarcación.

Dicha delegación es la segunda mayor en extensión territorial (INEGI, 2010) y posee el mayor número de habitantes en situación de pobreza y de pobreza extrema (CONEVAL, 2012), además de poseer el Índice de Desarrollo Humano (IDH[1]) más bajo del Distrito Federal (Índice de Desarrollo Humano Municipal de México, 2010). Por otra parte, también es la demarcación del D.F. con más festividades tradicionales al año (185) generando 14 millones de visitantes (PROSECTUR D.F., 2013). Estos eventos dan origen a distintas relaciones que permiten intercambiar conocimientos y experiencias entre los diversos actores sociales que convergen en los espacios turísticos. Conocer los impactos generados a partir de estas relaciones es fundamental para generar políticas públicas y otros instrumentos que salvaguarden los bienes patrimoniales locales. De forma paralela, se puede fomentar un uso responsable de este patrimonio vivo con fines turísticos y que a partir de ello se generen nuevas oportunidades de empleo que ayuden a atenuar la pobreza y se logre un desarrollo local en los destinos.

2. PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL Y TURISMO

De acuerdo con Martin (2010) el turismo en la actualidad es un medio destacado de intercambio cultural y tiene la potencialidad de reconocer una faceta de rentabilidad económica en el patrimonio natural y cultural. Del mismo modo, reconoce que el turismo puede convertirse en una fuente altamente estimada para muchas economías nacionales y regionales. El contexto global para obtener ingresos de las actividades turísticas es ahora favorable: el turismo se está transformando una de las mayores industrias del mundo y el patrimonio cultural contribuye en buena medida a esta situación (Rosas Mantecón, 2010). El turismo abre la posibilidad de generar rentabilidad económica a partir del uso responsable del patrimonio natural y cultural gracias al encuentro que suscita entre visitantes y residentes.

[1] Calculado por la Organización de las Naciones Unidas (ONU) el IDH es un indicador compuesto de los logros de un país, estado o municipio en tres aspectos fundamentales del desarrollo humano: la posibilidad de los individuos de vivir largo tiempo con buena salud; de adquirir conocimientos, comunicarse y participar en sociedad; y de disponer de recursos que les permitan vivir una vida digna.

En este punto resulta oportuno señalar que hacia los años setenta del siglo XX, el concepto de patrimonio cultural se aplicaba sobre todo al patrimonio cultural tangible. De alguna manera, la parte intangible del patrimonio cultural apenas empezaba a delinearse como otra categoría esencial. Ese patrimonio oral e inmaterial tenía algo de relegado o discriminado, pero más bien era ignorado y poco valorado (Iturriaga, 2003). El reconocimiento del patrimonio cultural intangible al mismo nivel del tangible, depende del gran esfuerzo de reflexión que actualmente se lleva a cabo en la mayoría de los foros, sobre todo de países europeos y latinoamericanos.

Hoy en día, el patrimonio cultural inmaterial comprende las tradiciones, creencias y modos de vida de un grupo social. La Convención para la Salvaguarda del Patrimonio Cultural Inmaterial (UNESCO, 2003) entiende por patrimonio cultural inmaterial a los usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas –junto con los instrumentos, objetos, y espacios culturales que les son inherentes– que las comunidades, los grupos y los individuos reconocen como parte integrante de su patrimonio cultural. Este patrimonio se puede manifestar en los siguientes ámbitos definidos por el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA, 2013):

- Las tradiciones y expresiones orales, incluido el idioma como vector del patrimonio cultural inmaterial.
- Las artes del espectáculo.
- **Los usos sociales, rituales y actos festivos.**
- Los conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo.
- Las técnicas artesanales tradicionales.

De acuerdo con el CONACULTA (2013), los *usos sociales, rituales y actos festivos* son costumbres presentes en la dinámica de pueblos, comunidades y grupos. Estructuran la vida de las colectividades a través de actividades que contienen un valor significativo, expresan su visión del mundo o representan sus particulares maneras de entender los periodos o ciclos de la vida social. Este campo comprende, entre otros, usos y costumbres, formas de organización social, formas de gobierno y sistemas jurídicos, prácticas tradicionales de recolección, cacería y pesca, prácticas y espacios con valor simbólico, juegos y deportes tradicionales, ceremonias de nacimiento, bodas y funerales, ritos de transición como los de pubertad, prácticas exclusivas de hombres, mujeres o ancianos, y festividades diversas. Son parte de estas expresiones todas las prácticas particulares y elementos presentes en ellas, así como los espacios con valor simbólico en que se realizan.

Estas manifestaciones del patrimonio cultural inmaterial, se transmiten de generación en generación, son recreadas constantemente por las comunidades y grupos en función de su entorno, de su interacción con la naturaleza y de su historia, fortaleciendo un sentido de identidad y continuidad. Esto ayuda a promover el respeto de la diversidad cultural y la creatividad humana. De acuerdo con la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2013) uno de los retos que se plantean al sector turístico es contribuir a seleccionar, proteger y salvaguardar activos del patrimonio inmaterial desarrollando el turismo en colaboración con las comunidades locales. La promoción del uso adecuado del patrimonio inmaterial para fines de desarrollo turístico puede generar nuevas oportunidades de trabajo y reducir la pobreza y el éxodo de jóvenes y miembros de la comunidad subempleados. Por ello, es esencial recordar que en la gestión del patrimonio cultural inmaterial han de participar

«tesoros humanos vivos» reconocidos a nivel nacional además de intérpretes y artesanos, portadores y custodios de tradiciones y personalidades religiosas.

Esta preocupación de la OMT por valorar el patrimonio inmaterial, tiene en México una gran problemática: las producciones culturales con las que entran en contacto los visitantes no suelen mostrarse en toda su complejidad y riqueza. Esto debido a que los gobiernos y las empresas que difunden y gestionan el patrimonio son generalmente promotoras de uniformidad; en su búsqueda por atraer turistas, recurren a manifestaciones que homogenizan las particularidades culturales. “Al Estado mexicano lo que le interesa es atraer más turistas que proporcionen divisas” (González en Buenrostro y Razo, 2009:125). Otra carencia puntual sobre el uso del patrimonio en México es el aprovechamiento estrictamente mercantil sobre el valor simbólico de los bienes culturales aun a costa de su conservación.

Los vínculos entre patrimonio cultural y turismo deben ser complementarios y estratégicos, es decir, deben responder a los intereses de desarrollo de cada uno. El turismo debe ser responsable en cuanto a que debe haber un equilibrio entre el desarrollo social, el económico, la conservación del patrimonio tanto cultural como natural, así como el respeto de los valores y costumbres sociales. Lograr este fin implica muchas tareas: desde la elaboración de repertorios y de mapas de los sitios de interés turístico, hasta el establecimiento de una estrategia de rescate y valoración del patrimonio cultural y natural. (UNESCO, 1996).

Para Rosas Mantecón (2010) la posibilidad de conciliar la actividad turística con la preservación del patrimonio natural y cultural pasa por el desarrollo de modelos diversos para demandas diferenciadas. Para formular estas estrategias, se necesita la participación y el intercambio de ideas y experiencias entre todos los actores involucrados –autoridades municipales, estatales y federales de turismo y cultura; empresas turísticas, visitantes, comunidades y asociaciones civiles-, para la definición de planes de desarrollo, promoción y usos de los espacios patrimoniales. Asimismo, el turismo puede constituirse en instrumento para el diálogo entre culturas, esto es, vehículo de intercambio y difusión de la diversidad, así como de comprensión y tolerancia.

3. DIMENSIÓN TURÍSTICA DE LAS FIESTAS TRADICIONALES

La necesidad festiva está presente en la actividad de todas las sociedades humanas y se expresa a través de celebraciones rituales y otros acontecimientos conmemorativos que se organizan desde las tradiciones más arraigadas. Las fiestas son construcciones simbólicas en las que se manifiestan las creencias, mitos, concepciones de la vida y del mundo, y los imaginarios colectivos y están asociadas a algunas etapas del ciclo vital, de la economía, de las creencias religiosas, de la política y de otras motivaciones humanas. Se transmiten por tradición y son originales y propias de una sociedad, en un espacio y un tiempo determinados (Pizano et al, 2004).

La fiesta suele ser una celebración que refleja la diversidad de tradiciones locales. En ella se expresan diferentes tipos de relaciones entre los múltiples actores que participan las mismas. Se cruzan afiliaciones étnicas y se combinan, en una especie de escenificación pública, las manifestaciones más diversas, desde el goce de la gastronomía hasta la

exaltación de la danza, el sentido religioso o las transgresiones de las rutinas cotidianas. En cada fiesta hay un sujeto celebrante entendido como el grupo que la realiza y la dota de significado y un objeto celebrado que es el ser o acontecimiento rememorado mediante los ritos y símbolos que se hacen presentes durante el periodo festivo.

En México, las fiestas han estructurado la vida cotidiana y constituyen pequeños sistemas que responden a las cosmovisiones y expectativas culturales con que el pueblo mexicano, en el contexto de su cultura, ha ejercido su creatividad para entender la vida y afrontar su realidad. Estas fiestas se llevan a cabo de manera periódica y los motivos para celebrarse son muy diversos.

De acuerdo con Monterrubio (2010) las fiestas tradicionales se caracterizan por tener un peso cultural y recreativo bastante superior a la oferta permanente en un sitio determinado y, en consecuencia, desencadenan flujos significativos de visitantes. De hecho, la génesis de un evento de este tipo está relacionado con la satisfacción de necesidades de la comunidad local que las alberga, sin embargo, progresivamente van adquiriendo una importante dimensión turística. Las fiestas poseen el potencial para atraer a una amplia gama de visitantes. Estos eventos también tienen la capacidad de dispersar geográfica y temporalmente los flujos turísticos. Dichos eventos permiten a una región o comunidad celebrar su carácter único, promover su imagen, desarrollar su orgullo local, y fortalecer su bienestar económico.

4. PROPUESTA DE INDICADORES

Los estudios sobre los impactos de la actividad turística sobre el patrimonio cultural inmaterial (fiestas tradicionales en esta investigación) de las comunidades receptoras son limitados. Esto ha implicado que los aspectos teóricos y metodológicos sean escasos también. Sin embargo, una de las metodologías más adoptadas es la identificación y análisis de las percepciones de la comunidad receptora sobre los cambios generados por el turismo. La comunidad local, por su estancia permanente en la localidad, es un recurso valioso para identificar los efectos de la afluencia temporal de visitantes. Por ello, como segunda fase del proceso de investigación se aplicaron cuestionarios a los habitantes de la delegación Milpa Alta (en específico a los residentes de los pueblos donde se celebran las fiestas).

Esto tuvo como objetivo identificar que impactos sociales, culturales y económicos han percibido en su comunidad. La identificación de impactos propuestos en esta investigación se dividen en tres dimensiones principales: impactos económicos, impactos sociales e impactos culturales (Tabla 1).

Tabla 1. Dimensiones de los impactos del turismo

Tipo de variable	Dimensión	Categoria	Indicador	Ítem	Técnica
Dependiente	Social	Trabajo	Percepción de la población local sobre si el turismo ha creado más puestos de trabajo para la comunidad local.	1	Cuestionario
		Equipamiento público	Percepción de la población local respecto a si una mejora de los equipamientos publicos es consecuencia del turismo.	2	Cuestionario
		Servicios Públicos	Percepción de la población local respecto a si una mejora de los servicios públicos es consecuencia del turismo	3	Cuestionario
		Accesibilidad	Percepción de la población local respecto a si una mejora de las carreteras e infraestructuras es consecuencia del turismo.	4	Cuestionario
		Calidad de vida	Percepción de la población respecto a si el turismo ha producido efectos en la calidad de vida de la localidad.	5	Cuestionario
		Seguridad	Percepción de la población local respecto a si el turismo tiene un efecto en la seguridad de la localidad.	6	Cuestionario
	Cultural	Dotación cultural	Percepción de la población local respecto a si una mejora de los medios culturales, educativos y recreativos es consecuencia del turismo.	7	Cuestionario
		Tradiciones locales	Percepción de la población local sobre si el turismo ha contribuido a recuperar las tradiciones locales.	8	Cuestionario
		Cultura local	Percepción de si el turismo crea cambios en la cultura tradicional de la localidad.	9	Cuestionario
		Intercambio cultural	Percepción de la oblación local sobre si el intercambio cultural con los turistas es una buena experiencia.	10	Cuestionario
		Respeto a las expresiones culturales	Percepción de la población de si los turistas son respetuosos con las expresiones culturales.	11	Cuestionario
	Económica	Inversión de capital	Percepción de la población local sobre la atracción de inversión por el turismo.	12	Cuestionario
		Costo de vida	Percepción de la población local de si es el incremento de precios en la zona es consecuencia del turismo	13	Cuestionario
		Beneficio economico	Percepción de la población local de si el turismo beneficia a un pequeño grupo de personas en la localidad.	14	Cuestionario
		Gasto	Percepción de la población local de si el gasto de los turistas en la localidad ha sido benefico.	15	Cuestionario
		Oportunidades de negocio	Percepción de la población local de si el turismo ha creado oportunidades de negocio para la localidad.	16	Cuestionario

Fuente: Elaboración propia

5. RESULTADOS

A continuación se presentan los resultados que se obtuvieron del trabajo de campo realizado en la delegación Milpa Alta. Estos resultados fueron analizados desde la perspectiva de la Teoría del Intercambio Social. Esta teoría trata de entender el intercambio en los recursos, entre diferentes partes, en un contexto donde diversos agentes sociales interactúan y donde se producen una serie de beneficios y costos entre los actores participantes.

Aplicada al turismo, esta teoría propone que el residente participará en el desarrollo de la actividad turística siempre y cuando perciba un balance positivo (que los beneficios superen a los costos) de su relación con el turista. La tabla 2 muestra la distribución de porcentajes de los beneficios y costos percibidos.

Tabla 2. Percepción de la comunidad a partir de los beneficios y costos de la actividad turística

IMPACTOS SOCIALES	% de beneficio o costo percibido			Percepción positiva/negativa/regular
1) Empleo	19% 56% 75%	20%	4% 1% 5%	Positiva
2) Equipamientos públicos	7% 40% 47%	29%	21% 3% 24%	Positiva
3) Servicios públicos	5% 37% 42%	30%	24% 4% 28%	Positiva
4) Accesibilidad	3% 33% 36%	27%	32% 5% 37%	Negativa
5) Calidad de vida	7% 24% 31%	36%	25% 8% 33%	Regular
6) Seguridad	21% 40% 61%	22%	10% 7% 17%	Positiva
IMPACTOS CULTURALES	**% de beneficio o costo percibido**			**Percepción positiva/negativa/regular**
7) Dotación Cultural: Medios recreativos	30% 30% 60%	24%	12% 4% 16%	Positiva
7) Dotación Cultural: Medios educativos	13% 34% 47%	31%	15% 6% 21%	Positiva
7) Dotación Cultural: Medios culturales	22% 33% 55%	30%	11% 3% 16%	Positiva
8) Tradiciones locales	5% 68% 73%	18%	8% 1% 9%	Positiva
9) Cultura tradicional	3% 25% 28%	28%	37% 7% 44%	Positiva
10) Intercambio cultural	16% 54% 70%	21%	8% 1% 9%	Positiva
11) Respeto a las expresiones culturales	31% 36% 67%	22%	6% 5% 11%	Positiva
IMPACTOS ECONÓMICOS	**% de beneficio o costo percibido**			**Percepción positiva/negativa/regular**
12) Inversión de capital	21% 53% 74%	15%	10% 1% 11%	Positiva
13) Costo de vida	1% 8% 9%	18%	47% 26% 73%	Negativa
14) Beneficio económico	2% 17% 19%	23%	40% 18% 58%	Negativa
15) Gasto	9% 53% 62%	25%	11% 2% 13%	Positiva
16) Oportunidades de negocio	12% 62% 74%	18%	6% 2% 8%	Positiva

Fuente: elaboración propia

De acuerdo a la tabla anterior se observan los siguientes resultados:

- En el rubro de impactos sociales, los indicadores de empleo, equipamientos públicos, servicios públicos y seguridad resultaron tener una percepción positiva. La calidad de vida es un rubro con una percepción regular. La accesibilidad resulto ser el indicador con una percepción negativa.

- Respecto a los impactos culturales, todos resultaron tener una percepción positiva, sin embargo hay indicadores cuyo porcentaje de beneficio es menor a otros, reflejando así una necesidad de crear mecanismos que mejoren las implicaciones culturales del turismo en la delegación.
- Por último, en la dimensión económica de los impactos, la inversión de capital, el gasto turístico y las oportunidades de negocio tuvieron una percepción positiva, mientras que el costo de vida y el beneficio económico fueron percibidos de forma negativa.
- Finalmente se puede decir que la actividad turística durante el desarrollo de las fiestas tradicionales es percibida de forma positiva en la delegación Milpa Alta pues en 12 de los 16 indicadores existe un balance positivo entre los beneficios y los costos.

6. CONCLUSIONES

Los hallazgos de este estudio permiten afirmar que los beneficios y costos frecuentemente asignados al turismo no son siempre aplicables a los diferentes tipos de destinos, ya que estos impactos estarán relacionados íntimamente con el tipo de modalidad de turismo que se desarrolle (turismo cultural, gastronómico, turismo, rural, ecoturismo, entre otros), así como con las motivaciones y el comportamiento de los visitantes. En este caso la investigación demostró que los impactos sociales en las fiestas tradicionales han sido benéficos para la comunidad en cuanto al empleo, los equipamientos y servicios públicos y la seguridad. Estas mejoras han permeado a los residentes quienes, durante el trabajo de campo, afirmaron que muchos servicios y equipamientos locales habían mejorado su calidad a raíz de la visita de turistas. Sin embargo, sobre la accesibilidad (carreteras e infraestructuras) aseguraron que no han visto cambios significativos e incluso reportaban algunos problemas de congestión vial durante las horas pico, lo que generaba estrés y reacciones hostiles entre la comunidad. La calidad de vida fue un indicador que fue percibido de manera regular por los pobladores de la delegación, pues, de acuerdo a su experiencia si han visto mejoras, pero éstas no han tenido un impacto significativo en sus condiciones de vida.

Sobre los impactos culturales, se encontraron resultados positivos en todos los indicadores propuestos. Como se analizó previamente, el turismo se ha convertido en una actividad con importantes implicaciones culturales, sobre todo entre visitantes y residentes. Estas relaciones se enmarcan dentro de contextos sociales muy específicos, por lo que es imperante analizarlas en los diferentes destinos del país. En la delegación Milpa Alta, los impactos sobre la cultura mejor percibidos fueron los relacionados con la preservación de las tradiciones locales, el intercambio cultural con los turistas y el respeto a las expresiones culturales.

Con base en ello, se puede afirmar que los flujos turísticos que arriban a esta demarcación, tienen una autentica motivación por conocer las expresiones de la cultura tradicional tal y como son, sin la pretensión de recibir experiencias homogeneizadas. Es decir, buscan nuevas actividades que enriquezcan su vivencia y bagaje cultural.

Respecto a los impactos económicos, los indicadores con una percepción positiva fueron la inversión de capital, el gasto turístico y las oportunidades de negocio. Sobre el primero, los

residentes consideraron que es importante que las políticas delegacionales estén dirigidas hacia una mayor inversión de recursos destinados a promover la actividad turística a nivel nacional. Sobre el gasto y las oportunidades para crear pequeños negocios es uno de los rubros que tuvo un mayor porcentaje de beneficio percibido, pues un gran número de habitantes han tenido la posibilidad de establecer negocios familiares, mejorando así las relaciones comerciales locales. Por otra parte, los indicadores económicos que tuvieron una percepción negativa fueron el aumento del costo de vida, y el reparto desigual de los beneficios económicos.

De acuerdo a los pobladores, durante la celebración de las fiestas tradicionales, hay un gran aumento en el costo de diversos productos y servicios (algunos de la canasta básica), lo que provoca un impacto negativo a las economías locales, ya que no pueden abstenerse de adquirirlos, a pesar de los elevados precios. Sobre la desigualdad en el reparto de los recursos económicos generados por las fiestas, un gran número de las personas encuestas afirmo que los grupos organizadores son quienes reciben las mayores ganancias. Además de la poca o nula posibilidad de pertenecer a estos grupos, si no se es parte de las familias que por tradición organizan las fiestas.

Sobre las ideas presentadas anteriormente, se puede concluir que la actividad turística en esta delegación ha tenido un impacto positivo sobre todo en la dimensión cultural. En el rubro social y económico, existen retos que pueden superarse si los diversos sectores poblacionales de la delegación toman un papel protagónico para la creación y puesta en marcha de proyectos y planes de desarrollo turístico que permeen todos los beneficios a la mayor parte de los habitantes, pues son precisamente ellos quienes atraen los flujos de visitantes a través de la celebración de sus fiestas, ferias y festivales. Lograr que este patrimonio cultural inmaterial sea aprovechado de una manera racional dependerá de la participación activa de todos los actores locales, quienes, sin lugar a duda, respetan y valoran ese patrimonio que les da identidad y de la cual se sienten más que orgullosos.

BIBLIOGRAFÍA

Programa Sectorial de Turismo del Distrito Federal (2013-2018).

Monterrubio, Cordero, J. C., García, M. (2011). Percepciones de la comunidad local infantil en Huatulco, México. Un acercamiento al estudio del cambio sociocultural asociado al turismo. El Periplo Sustentable. N°20. P.149-185. Recuperado el 7 de Febrero del 2015, de: http://pprl.uaemex.mx/index.php/elperiplo/article/view/906/659

Instituto Nacional de Estadística y Geografía, INEGI (2010). Panorama Sociodemográfico de México. Obtenido el día 05 de Junio de 2014, de: http://www.inegi.org.mx/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/censos/poblacion/2010/panora_socio/df/panorama_df.pdf

Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social. (2012). Informe de pobreza y evaluación en el Distrito Federal 2012. México. Consultado el 14 de Febrero del 2015, de:

http://www.coneval.gob.mx/coordinacion/entidades/Documents/Distrito_Federal/principal/09informe2012.pdf

Martín, M. (2010). Patrimonio y sociedad: recursos, interpretación y desarrollo local. En Eduardo Nivón y Ana Rosas Mantecón (coords.). Gestionar el patrimonio en tiempos de globalización. México. Universidad Autónoma Metropolitana, pp. 85-119.

Iturriaga, J. (2003). Patrimonio cultural intangible y desarrollo en el México megadiverso. Cuadernos de Patrimonio Cultural y Turismo No. 11. pp 23-33 CONACULTA.

UNESCO (2003). Convención para la salvaguarda del patrimonio cultural inmaterial. Consultado el 14 de Octubre del 2014 de: http://www.unesco.org/culture/ich/doc/src/01853-ES.pdf

Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. (2013). El ABC del patrimonio cultural y turismo. Cuadernos de Patrimonio Cultural y Turismo No. 20. CONACULTA.

Organización Mundial del Turismo (2013). Turismo y patrimonio cultural inmaterial, OMT, Madrid.

Buenrostro, M. y Razo, A. (2009). El patrimonio cultural en México. Su uso, disfrute y protección. 115-130. En Nuevas aproximaciones a la investigación turística. Segrado et al (coords). Buenos Aires. Ed. Elaleph.

Rosas Mantecón, A. (2010). El giro hacia el turismo cultural: participación comunitaria y desarrollo sustentable. En Eduardo Nivón y Ana Rosas Mantecón (coords.). Gestionar el patrimonio en tiempos de globalización. México. Universidad Autónoma Metropolitana, pp. 161-183.

UNESCO (1996), Encuentro Internacional sobre Turismo Cultural en América Latina y el Caribe. La Habana, Cuba. Recuperado el 17 de Diciembre de 2014, de: http://www.unesco.lacult.org/docc/oralidad_08_80-82-presentacion-encuentro.pdf

Pizano, O; Zuleta, L; Jaramillo, G; Rey, G. (2004). La fiesta, la otra cara del patrimonio. Valoración de su impacto económico, cultural y social. Convenio Andrés Bello. Colección Economía y Cultura. Colombia.

Monterrubio Cordero, J. C., Mendoza Ontiveros, M. M. & Luque Guerrero, A. (2010). Impactos sociales de la Feria Internacional del Caballo en México. Una perspectiva local. Estudios y Perspectivas en Turismo, 19(6) 1090-1104. Recuperado el 13 de Octubre del 2014, de http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180717577012

EL IMPACTO DEL TURISMO EN LAS COMUNIDADES LOCALES: UN TEMA PENDIENTE

Conservación, sostenibilidad y desarrollo social. Zonas arqueológicas y pueblos vivos de Yucatán

Dra. Blanca Paredes Guerrero
Dr. Josep Ligorred Perramon

Facultad de Arquitectura. Universidad Autónoma de Yucatán. México

RESUMEN

El ámbito académico ha reconocido que la interdisciplina y la multidisciplina representan una necesidad para conocer el mundo, estudiarlo, investigar y difundir los resultados. De manera congruente, las políticas públicas en general, las de conservación del patrimonio cultural en particular –que nos ocupan- debieran enfrentar el abordaje de los problemas de manera integral, al menos hasta el punto que el desarrollo del conocimiento lo permite.

Hay dos grandes problemáticas sociales y de conocimiento: una en el campo de la naturaleza y otra en el campo de la conservación cultural, vinculadas estrechamente. Por otra parte, ambas guardan relación con el manejo del turismo que, en México en general, está sustentado en los bienes culturales nacionales.

Al finalizar el siglo XX, el concepto de sostenibilidad se integró a los discursos y estrategias de políticas públicas de manera que hoy hay reiteradas referencias a la sostenibilidad vinculadas al patrimonio cultural, al desarrollo social y al turismo. Considerando que la sostenibilidad involucra tres aspectos: el natural, el social y el económico, en el presente trabajo los exponemos en primer término, cómo la protección y gestión del patrimonio cultural y natural, que en México se han manejado a grandes rasgos durante el siglo pasado y también, la manera en que la actividad turística ha sido involucrada. Finalmente, analizaremos el caso específico de las Zonas Arqueológicas de Yucatán en los pueblos vivos, todo ello, a la luz del modelo de protección y gestión mexicanos y sus marcos normativos.

Palabras clave: Conservación, Sostenibilidad, Desarrollo social, Zonas Arqueológicas, Yucatán

ABSTRACT

The academic world has recognized that the interdisciplinary and multidisciplinary approaches are necessary to know the world, study it, research it and disseminate the results. Consistently, public policy in general, and the conservation of cultural heritage in particular should confront issues integrally, at least to the extent that knowledge development currently allows. There are two major social and knowledge problem fields, which until the end of the XX century had independent paths and -certainly- significant progress, but at the start of the XXI century this is changing: On one hand, is the field of nature which, through recognition of high pollution, has arrived at the conclusion that sustainability is the only road that will not destroy life; and, on the other hand, the field of cultural conservation, which has recognized pervasive predation, disappearances and commodification, and recently also arrived at the conclusion and only path of development, the need for a comprehensive approach to both problems that condition each other. Moreover, the management of tourism in Mexico, generally underpinned by national cultural property, should integrate this perspective in full recognition that it comes from nonrenewable resources

Keywords: Conservation, sustainability, social development, Archaeological Sites Yucatan

INTRODUCCIÓN

La vinculación entre conservación del patrimonio y desarrollo social, específicamente para Iberoamérica, impulsada desde la UNESCO, tiene su origen en la reunión de Ecuador de 1967 que se concreta en las Normas de Quito, y contiene una crítica a los procesos urbanizadores y modernizadores de América Latina, y a la consecuente destrucción del patrimonio cultural "histórico y artístico". No obstante, a lo que se ha puesto mayor atención de dichas normas es a lo siguiente:

> "…se trata de incorporar a un potencial económico un valor actual: de poner en productividad una riqueza inexplotada mediante un proceso de revalorización que lejos de mermar su significación puramente histórica o artística, la acrecienta, pasándola del dominio exclusivo de minorías eruditas al conocimiento y disfrute de mayorías populares"[1].

---

[1] En el apartado sexto acerca de la puesta en valor del patrimonio cultural, las Normas de Quito,de 1967, incorporan para Latinoamérica, la relación economñia y valor cultural.

Esto representó una especie de apertura para los gobiernos Iberoamericanos, que a continuación identificaron e intensificaron la actividad turística en relación con el patrimonio cultural y colocaron al turismo en el foco de interés de los planes de crecimiento económico sin precedentes en los países de esa región.

Muy pocos años después en 1974, la Convención de París de la UNESCO planteó la necesidad de proteger, además del patrimonio cultural, el patrimonio natural también, reconociendo que la amenaza de la pérdida de la naturaleza es un problema mundial, y fue cuando se propone la creación de "el Comité de Patrimonio Mundial" por vez primera, cuyo punto de partida fue:

> "Constatando que el patrimonio cultural y el patrimonio natural está cada vez más amenazado de destrucción, no sólo por las causas tradicionales de deterioro sino también por la evolución de la vida social y económica que las agrava con fenómenos de alteración o de destrucción aún más temibles,…"[2].

Así, el manejo y gestión para la conservación del patrimonio debiera asumir que, en principio hay dos grandes problemáticas -sociales y de conocimiento- que, hasta el fin del siglo XX, tuvieron trayectorias independientes y ciertamente importantes avances de manera separada. Pero al iniciar el siglo XXI, debido a su confluencia, esto está cambiando: por una parte, está el campo de la naturaleza, y, por otra parte, el campo de la conservación del patrimonio cultural edificado. El primero, que ha atravesado por el reconocimiento de la alta contaminación de origen antrópico sobre el medio ambiente y ha llegado a la conclusión de que sólo queda el camino de la sostenibilidad para no destruir la vida; el segundo, que ha reconocido la depredación, desaparición y mercantilización de acervos culturales edificados. También se plantea recientemente como única vía de desarrollo, la necesidad de una perspectiva integral de conservación de los mismos sin desasociar los contextos naturales.

1. LA PROTECCIÓN Y GESTIÓN DEL PATRIMONIO CULTURAL EDIFICADO Y NATURAL EN MÉXICO

En México, el turismo en general está sustentado en los bienes culturales y naturales nacionales, esta actividad se basa en un modelo de protección y gestión de los Bienes Nacionales caracterizado por una alta dependencia de los poderes públicos federales, y por

[2] La Conferencia General de la ONU para la Educación, La Ciencia Básica y la Cultura, celebró su 17ª. Reunión en París, donde derivó el documento de la Convención sobre protección del patrimonio mundial cultural y natural, Aprobada hasta 1981 en Perú

el papel determinante de sólo algunos espacios monumentales. Asimismo se observa la evasión generalizada de Estados y municipios de la responsabilidad de compartir la protección y gestión de su patrimonio.

1.1 Patrimonio cultural edificado.

Así, un conjunto de instituciones federales se involucran en forma preponderante en los procesos de protección y gestión. En este trabajo pondremos énfasis en ellas: son el INAH el INBA, SECTUR y CONACULTA. La institución que tutela los Monumentos y las Zonas de Monumentos Históricos y Arqueológicos del país, son el Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH, fundado en 1939) y el Instituto Nacional de Bellas Artes (INBA, fundado en 1946) y, mediante decreto de 1972, tres grandes segmentos de la protección del patrimonio fueron establecidos, atendiendo primordialmente a características cronológicas, los períodos: prehispánico e histórico (colonial y siglo XIX), y el artístico.

Entre1988 y 1989 se estableció CONACULTA, de manera casi inmediata a las primeras inclusiones mexicanas en la *Lista Mundial de Patrimonio de la Humanidad* de la UNESCO en 1987, esas fueron: el centro histórico de la Ciudad de México y el Lago de Xochimilco, las ciudades prehispánica de Teotihuacán, Palenque y su Parque Natural; el centro histórico de Oaxaca, el sitio arqueológico de Monte Albán, y el Centro de la ciudad de Puebla.

Por otra parte, algunos años antes ascendió a rango de Secretaría de Turismo (SECTUR), el antiguo Departamento de Turismo cuyos antecedentes se remontan a 1928. La SECTUR fue la inventora del Programa “Pueblos Mágicos”, asociada a gobiernos estatales y municipales cuyo objetivo declarado es: “resaltar el valor turístico de localidades del interior del país para estructurar una oferta turística innovadora y original” (SECTUR 2007:69).

Hasta aquí en el terreno del gobierno federal: el INAH, el INBA, CONACULTA y SECTUR, los cuales, sumados a la UNESCO, con su Lista de Patrimonio Mundial, libran batallas aisladas a favor de sus objetivos específicos, y donde el elemento dinamizador único que hasta hoy han vislumbrado todos los gestores del patrimonio es el turismo, que si bien es factor de posibles activaciones sociales y económicas también ha dejado trazas de

destrucción y depredación[3]. El enfoque de mantener entornos tradicionales, primordialmente para el servicio turístico, forma parte del discurso de muchos gobernantes y funcionarios, cuyo actuar fundamental es generar idealizaciones de lugares a la manera comercial, maquillando la imagen de cada lugar para promover un producto visual preconcebido, no se trata de conservar y crear cultura de y para las poblaciones, sino establecer un mercadeo que banaliza los propios significados y prácticas culturales como una marca comercial. Todo ello expresado en términos de la propia SECTUR, cuyo discurso sin precisiones de términos recurrentes como "autenticidad" "mexicanidad" "colores y olores", "delicados triunfos de la tradición y del encanto ancestral" y "singularidades que requieren revaloración" se enfoca principalmente al servicio del turismo extranjero con poder adquisitivo (SECTUR 2007)

Asimismo, FONATUR constituido de manera asociada a SECTUR, es el fondo de inversiones en materia de turismo federal. Ambos organismos están jurídicamente regidos hoy por la Ley General de Turismo y el Programa Sectorial de Turismo 2007-2012 que declara entre sus objetivos:

> "Promover y comercializar la oferta turística de México en los mercados nacionales e internacionales... [en primer y fundamental término] para la consolidación de mercados y la apertura de nuevos segmentos especializados que fortalezcan la imagen de México en el extranjero, [de paso también] potencien los valores nacionales, la identidad regional y [de nuevo y definitivamente lo más importante para la visión de ese organismo] las fortalezas de la Marca México" (SECTUR 2007:69)

Por otra parte, la Ley General de Turismo, faculta a la SECTUR para promover el ordenamiento turístico del territorio atendiendo a criterios como por ejemplo:

> "Las medidas de protección y conservación establecidas en las Declaratorias Presidenciales de Zonas de Monumentos Arqueológicos, Artísticos e históricos de interés nacional...y en las demás disposiciones legales aplicables a los sitios en que existan o se presuma la existencia de elementos arqueológicos propiedad de la nación" (SECTUR 2007:60)

Respecto al ordenamiento turístico del territorio, el Programa Sectorial, aclara entre sus estrategias, cómo concibe los territorios turísticos del país y también cómo potenciar valores nacionales y de identidad regional cuando establece lo siguiente:

> "...evaluar y en su caso rediseñar sobre la base [de lo único y más importante para las políticas nacionales de turismo] de su evolución, cobertura geográfica y desempeño de mercados, los programas regionales "Centros de playa", "Mundo Maya", "Tesoros coloniales" "Ruta de los dioses", "Frontera Norte" y "En el corazón de México" (SECTUR 2007:60)

[3] Son ejemplos de ello Papantla en Veracruz, Tepoztlán en Morelos y Mexcaltitán en Nayarit, que fueron acusados de exceso de comercio ambulante y de falta de limpieza entre otros problemas, debido al turismo excesivo, para finalmente retirarles el nombramiento de "Pueblo Mágico" en 2009, momento en que incluso se planteó la desaparición de SECTUR, sin que prospere la propuesta.

1.2 Patrimonio Natural

Por otra parte, la trayectoria en materia de protección y gestión del conjunto de bienes naturales de México presenta un recorrido diferenciado, paralelo y menos desarrollado o atendido respecto a los Bienes Culturales, a lo largo del siglo pasado hasta el presente, con pocas convergencias en el tiempo.

El siglo XX inaugura la primera mención en las leyes mexicanas del contexto natural, concretamente en 1914 con la *Ley sobre Conservación de Monumentos Históricos y Artísticos y Bellezas Naturales*. En 1916 se eliminó el concepto de Bellezas Naturales, hasta 1930, cuando se recuperó con la *Ley sobre Protección y Conservación de Monumentos y Bellezas Naturales*. El momento de confluencia entre bienes culturales edificados y bienes naturales se origina en una nueva Ley de 1934, y su Reglamento de ese año, cuando amplía e incorpora el concepto de *poblaciones típicas* por primera y única vez en el país fue en la Ley sobre ***Protección y Conservación de Monumentos Arqueológicos e Históricos, poblaciones típicas y lugares de Belleza Natural***. Lo cual, en 1972 vuelve a cambiar y significa un retroceso del país en téminos del contexto natural con la *Ley Federal sobre Monumentos y Zonas Arqueológicos, Artísticos e Históricos* que, como explica Bolfy Cottom (2008), se llegó a este punto a través de múltiples tensiones internas cuyo origen se remonta al siglo XIX cuando se establece la base conceptual e ideológica del marco jurídico, es decir, en donde el concepto de Monumento es rector, y esto se debe precisamente porque es el que permite de manera objetiva dar forma y procedimientos a la protección de los bienes nacionales. También es el concepto que da continuidad y consolida la tradición jurídica mexicana, lo que para ese autor

> "se plasma en conceptos como: propiedad de los bienes, la clasificación de los monumentos, las facultades o competencias de la federación y las entidades federativas y la consideración de los bienes arqueológicos fuera el comercio" (Cottom 2008:364).

Los Parques Nacionales. Su declaración fue la otra vía paralela de protección federal sobre los bienes naturales, planteada con el enfoque exclusivamente medioambiental y con el soporte de aquella primera ley de 1914. En el año de 1917 se declaró el primer Parque Nacional del país: El *Desierto de los Leones* ubicado en la Ciudad de México, capital del país. Se inaugura así una práctica que fue frecuente, sobre todo durante la primera mitad del siglo XX[4]. Después de éste ejemplo fue hasta el período comprendido entre 1935 y

[4] En este primer caso, caso como en muchos otros que le siguieron el objetivo para proteger fundamentalmente bosques de oyamel, encino y garrya.

1938 cuando se reinició la protección con el decreto de 28 Parques Nacionales. Fue la época de protección más intensa a diferencia de los siguientes períodos; entre 1939 y 1964 se decretaron tan sólo doce. Después de un lapso de más de quince años de olvido en esta materia, en la década de los años ochenta ocurrió una nueva aparente sincronía en torno precisamente a ocho sitios arqueológicos declarados Parques Naturales: Palenque en Chiapas; Dzibilchaltún en Yucatán; Tulum en Quintana Roo, y de Tula en Hidalgo. El objetivo entonces se orientaba a la protección de selvas y bosques de esos sitios[5].

Por otra parte, la UNESCO, de tipo exógeno, ha sido el único organismo que ha introducido con el concepto de Paisaje Cultural esa compleja perspectiva que involucra considerar el sustrato natural indisolublemente vinculado al actuar humano, y sus producciones, pasadas y presentes que se concretan en modificaciones, transformaciones y cambios en la naturaleza. Los países en general, y México en particular, están aún lejos de integrar esa complejidad en sus procesos de protección y gestión, lo que implica desarrollar nuevos marcos jurídicos, nuevas prácticas, estrategias, en fin nuevos modelos de protección y gestión, bajo un paradigma conceptual diferente.

En acuerdo con la UNESCO, México ha inscrito 32 bienes hasta el presente en la Lista del Patrimonio Mundial, de los cuales, sólo tres se vinculan a la Categoría de Paisaje Cultural, lo que denota todavía una tímida intención de asumir un concepto más integrador, en donde cultura y medio ambiente se asuman como un todo, y asimismo su protección y gestión, ellos son:

- **2 paisajes culturales**: Paisaje agavero y antiguas instalaciones industriales de Tequila, Jalisco (2006), Cuevas prehistóricas de Yagul y Mitla en el valle central de Oaxaca (2010).
- **1 itinerario cultural**: Camino Real de Tierra Adentro (2010). (INAH 2015:1)

2. POLÍTICAS DEL TURISMO CULTURAL SOSTENIBLE EN LOS PUEBLOS VIVOS DE YUCATÁN

El proceso de protección y gestión, de manera específica, en las denominados Zonas Arqueológicos que ocurren al interior del INAH, implican a diferentes fases o procesos asociados como son la investigación, el rescate y mantenimiento de los sitios, La

[5] Entre 1992 y 1998 los diez sitios que se declaran, se localizan sobre todo en las costas, los arrecifes y manglares. Por último entre el año 2000 y el 2007, sólo seis Parques Nacionales han sido declarados como áreas protegidas (para mayor retroceso aún, recientemente el Gobierno del actual presidente ha retirado parcialmente la declaratoria del Nevado de Toluca). Los 67 Parque Nacionales declarados en México representan una diversidad entre bosque, selva, arrecifes, y manglares, no obstante encontrarse en poblaciones, en sitios arqueológicos e históricos, enfocaron su protección a los ecosistemas.

complejidad que encierra la interrelación de dichos procesos en el sistema de los sitios prehispánicos mexicanos, ha dificultado, desde nuestro punto de vista, la autonomía de la gestión y la aplicación de políticas culturales sostenibles.

Parece haber una concepción de que el patrimonio ha de ser, o un producto turístico o un objeto de investigación, y por otra parte, no se observan reflexiones y mecanismos orientados a la integración del patrimonio en las áreas urbanas para el consumo social de los habitantes de los pueblos y ciudades.

> En la concepción actual del patrimonio y el paisaje hay poca profundidad teórica y un marcado pragmatismo. El interés pasó de una preocupación por establecer iconos y modelos representativos de determinados procesos sociales que participan en la conformación de un imaginario nacional, a un proyecto dirigido a la revalorización cosmética de sitios y otra clase de bienes patrimoniales con los cuales se genera una riqueza que, por cierto, no se distribuye socialmente (Hernández 2011:277).

Como ejemplo de análisis en el caso de Yucatán presentamos un cuadro con Zonas vinculadas a poblaciones autóctonas. El dato del número de visitantes que han recibido los sitios arqueológicos *abiertos al público* es en general la única información que al respecto se recaba.

Tabla 1: Número de visitantes por año (2010-2012) en los sitios 16 arqueológicos *abiertos al público* en Yucatán (no se incluye el sitio *Xcambó,* el cuál fue “abierto al público” oficialmente en 2012).

ZONAS ARQUEOLOGICAS ABIERTAS AL PÚBLICO	**NÚMERO DE VISITANTES**		
	2010	**2011**	**2012**
Acanceh	8,162	8,033	7,696
Aké	7,937	8,422	8,050
Balamcanché	7,235	5,299	6,139
Chacmultún	1,843	1,997	1,955
Chichén Itzá con museo	1,404,324	1,440,003	1,497,673
Dzibilchaltún con museo del Pueblo Maya	189,787	180,194	110,855
Ekbalam	122,498	124,698	168,695
Kabah	44,291	41,378	44,587
Labná	19,577	23,274	21,000
Loltún	26,781	34,078	34,340
Mayapán	19,025	17,551	18,852
Sayil	17,227	16,093	16,358
Uxmal con museo de sitio	202,991	211,546	239,069

Xlapak	6,243	8,212	6,854
Oxkintok	9,636	8,534	9,154
Izamal	4,855	5.366	4,898

Fuente: Elaboración a partir de reportes del INAH (Ligorred 2013[6]).

Los indicadores cuantitativos denotan la importancia que tienen los sitios arqueológicos de Yucatán para la economía regional y nacional en su captación de divisas, con un destino como Chichén Itzá que es punto y aparte, al ser visitado por casi un millón y medio de turistas (2010-2012). Sin embargo, se mantiene sin transparencia la información que se puede aportar acerca del perfil de los visitantes y sobre todo de los impactos económicos, culturales y naturales reales, por ejemplo en materia de derrama económica: ¿cuántos visitantes pagan o no?, ¿cuánto tiempo permanecen en cada lugar?, ¿cuánto gastan?, etcétera. Por otra parte, también se necesitan indicadores tales como ¿cuántos puestos de trabajo, directos e indirectos, genera el turismo arqueológico? o ¿en qué actividades relacionadas con los sitios arqueológicos participa la población local? ¿Qué porcentaje de esos ingresos se reinvierte en los sitios arqueológicos del Estado? Sin esta información, muchos expertos consideran una amenaza para el patrimonio la tendencia a la comercialización y sobreexplotación de los sitios *abiertos al público*.

En relación con la integración e involcramiento de la población local, Chichén Itzá y Uxmal, las dos antiguas ciudades mayas monumentales que se encuentran en la Lista de Patrimonio Mundial, debieran respetar las disposiciones vinculantes de la Convención de Patrimonio Mundial que plantean los objetivos estratégicos actuales, también denominados "*las cinco C*" (Artículo 26 en UNESCO 2008), a saber:

1. Aumentar la Credibilidad de la lista del Patrimonio Mundial;
2. Garantizar la Conservación eficaz de los bienes del Patrimonio Mundial;
3. Promocionar una Capacitación eficaz en los Estados Partes;
4. Aumentar la sensibilización, la participación y el apoyo públicos al Patrimonio Mundial mediante la Comunicación; y,
5. Fortalecer el papel de las Comunidades en la aplicación de la conservación del Patrimonio Mundial.

Por su parte, en el programa de trabajo 2007-2012 de la Dirección de Patrimonio Mundial del INAH, en lo que respecta al Patrimonio Mundial y Turismo Cultural se señala que "se encargará de dar seguimiento, generar acuerdos con las autoridades federales, estatales y municipales responsables del resguardo de los sitios mexicanos declarados Patrimonio Mundial por la UNESCO" (INAH 2015:1).

[6] UB (2013) *http://diposit.ub.edu/dspace/handle/2445/54847*

A pesar de ello, en términos generales se observa que las acciones en este sentido, que podrían manifestarse a través de programas educativos como Patrimonito, Patrimonio Mundial y Turismo Sostenible o el programa de Gente protegiendo Lugares Patrimonio Mundial, impulsados por la UNESCO, no han sido impulsados en los municipios donde se encuentran Chichén Itzá y Uxmal y ni siquiera en las comunidades más cercanas a estos sitios, a pesar de que en el discurso se menciona reiteradamente la creación de nuevos planes y proyectos para impulsar el turismo sustentable y la apropiación comunitaria en torno a Chichén Itzá.

El estado de Yucatán es considerado un territorio de una enorme riqueza cultural, reconocimiento en gran parte debido a los sitios arqueológicos *abiertos al público* por el INAH, que han aportado elementos con una identidad única mundial, y que sin duda alguna han impulsado al sector turismo como uno de los polos del desarrollo económico del estado y de la nación mexicana. Sin embargo, la falta de planes estratégicos coordinados y los procesos de planeación y difusión focalizada en algunos de los antiguos asentamientos mayas prehispánicos, proyectados como centros de "*uso turístico*", han provocado y siguen propiciando malentendidos entre los distintos actores sociales, y una clara tendencia a arrinconar los vestigios arqueológicos en los pueblos vivos, considerados "poco rentables" (ver Tabla 1).

Por otra parte tenemos que, el *Patronato de las Unidades de Servicios Culturales y Turísticos del Estado de Yucatán* (CULTUR), Yucatán 1987, plantea como su primer objetivo:

> *I.- Aprovechar plenamente los recursos arqueológicos y turísticos en beneficio de la economía de la Entidad y de sus habitantes*

Y en julio de 2012, con el decreto de la *Ley del Patronato de las Unidades de Servicios Culturales y Turísticos del Estado de Yucatán*, se redefine este objetivo:

> *I.- Aprovechar integralmente los recursos coloniales, arqueológicos, culturales, turísticos e históricos en beneficio de la economía de la Entidad y de sus habitantes;*

Y que en esta misma la Ley se incluye entre los nuevos objetivos:

> *X.- Promover, tanto nacional como internacionalmente, los legados del Estado mediante el turismo cultural. (H. Congreso 2012:4)*

Pero se observa que, no obstante lo establecido, en relación con los sitios arqueológicos la participación de CULTUR se reduce a establecer las Unidades de Servicios o *Paradores Turísticos* en 6 de los *sitios abiertos al público* por el INAH: Uxmal, Chichén Itzá, Dzibilchaltún, Ek Balam, y las grutas de Loltún y Balankanché.

La desvinculación con la población puede observarse en las estrategias gubernamentales, y es uno de los aspectos más graves en términos de enfoque, de protección y gestión del patrimonio. Los sitios en pueblos habitados y su falta de integración en los procesos de conservación en general, colocan a distancia lejana cualquier enfoque de turismo cultural sostenible, pues de acuerdo con la Declaración del Consejo Internacional de Museos (ICOM) y la Federación Mundial de Amigos de los Museos (WFFM) para el Turismo Cultural Sostenible Mundial hay que:

> "garantizar que el turismo interactúe respetuosamente con la cultura en el mundo, así como que las actitudes y enfoques tengan en consideración, no sólo el patrimonio tangible e intangible, sino también la realidad cultural actual. El conocimiento de los destinos turísticos, de sus culturas circundantes, de su patrimonio histórico-natural y de sus zonas de especial importancia científica y natural, debería aumentar la comprensión entre la población local y de este modo reforzar la confianza en sí mismos y en su identidad cultural" (ICOM y WFFM 2009:1).

La Organización Mundial del Turismo (OMT) ha promovido, desde los años 1990, la utilización de indicadores de desarrollo sostenible como instrumentos esenciales para los procesos de formulación de políticas, planificación y gestión en los destinos. En su reunión de Tailandia, en marzo de 2004, acordó que entre las principales directrices para el desarrollo sostenible del turismo y las prácticas de gestión debe considerarse: el respeto a la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, conservar sus activos culturales arquitectónicos y sus valores tradicionales, y contribuir al entendimiento y a la tolerancia interculturales. Estos aspectos son básicos desde nuestra visión y debieran estar en el modelo de gestión del patrimonio arqueológico en los pueblos vivos del estado de Yucatán, donde el turismo nacional e internacional en esas áreas debe darse por añadidura, contingente al consumo directo de la comunidad de sus recursos patrimoniales en espacios públicos dignos.

Ortega y Sánchez (2012), en su estudio "*Representaciones sociales del patrimonio arqueológico entre los mayas de Quintana Roo, México*", advierten que:

> "Por un lado, ellos pueden considerar a los sitios arqueológicos circundantes como una herencia histórica-cultural, pero también, por otro lado, su concepción ha mutado, pues igualmente lo ven como un bien al cual se le puede usufructuar, sobre todo para aquellas comunidades que cuentan con una organización orientada al servicio turístico de índole cultural,… Pareciera que la apropiación del patrimonio arqueológico por parte de este grupo étnico está siendo fuertemente influenciada por sus procesos económicos, a partir de la presencia del "otro" (nacional y globalizado), pues han adoptado

> estos nuevos elementos como soporte de su conjunto identitario. De tal forma este grupo se está reorganizando en torno al patrimonio arqueológico y lo están reconceptualizando en beneficio de ellos desde el punto de vista económico, a partir de su mercantilización, como puestas en escena" (Ortega y Sánchez 2012).

Las transformaciones más importantes que han sufrido los recursos patrimoniales, como "*su conversión en un producto que se comercializa, una realidad ante la que se podrían tomar distintas posturas, como tratar de comprender este proceso para influir en él"* (Nivón 2010:15).

Por su parte Tresserras y Matamala (2006) señalan que

> "La gestión del patrimonio y el turismo sostenible suponen una alianza estratégica para el desarrollo local y regional. Es necesario considerar la transformación de los recursos patrimoniales en verdaderos productos turístico-culturales, a través de una sinergia entre los profesionales del sector cultural y turístico que sean accesibles tanto a los visitantes como a la población local. Las interrelaciones entre el sector público y el privado, tanto las organizaciones empresariales como las organizaciones no gubernamentales son fundamentales para asegurar la gestión responsable del patrimonio y el desarrollo turístico sostenible. Es básico considerar al respecto el planteamiento de modelos de gestión adecuados a las características y necesidades de cada destino. Es necesario considerar procesos de participación comunitaria y asegurar la accesibilidad a los recursos patrimoniales tanto a la población local como a los visitantes" (Tresserras y Matamala 2006:85).

Esta visión equilibraría en alguna medida la concentración de la demanda de algunos productos de turismo arqueológico –Chichén Itzá, Uxmal, Tulum, Teotihuacán, por ejemplo-, al impulsar una demanda auténtica por lo que respecta a los vestigios arqueológicos en las comunidades locales, en los pueblos vivos como parques y espacios públicos, abriendo la posibilidad de poner en funcionamiento el "*circuito virtuoso de flujos de valor y servicios entre la comunidad y la institución patrimonial*" (Bonet 2012:7), y por lo tanto con beneficios para el desarrollo local.

Finalmente, los cambios de modelos y estrategias hacia la construcción de un presente sostenible, lo ha marcado la emergencia planetaria a la que hemos llegado:

> "La cultura es la realización efectiva de los supremos valores por medio del cuidado de los bienes más elevados del hombre. La esencia de la cultura en su supuesto origen etimológico de cultivo [que es la acepción más conocida] implica que, en su calidad de cuidado, ésta cuide a su vez de sí misma, convirtiéndose en una *política cultural*" (Heidegger 1996:63).

Debe ocurrir un cambio paradigmático en la manera de conceptuar y llevar a cabo la protección y gestión del patrimonio: bajo una mirada holística que no desintegre a los sujetos y su entorno natural y edificado de sus necesidades personales de desarrollo, como ocurre hoy en día. Para ello se necesita una perspectiva que asuma la responsabilidad de conservar los bienes cuturales y naturales para garantizarlos a las

generaciones por venir, pero que también permita y propicie el disfrute y creatividad de la cultura contemporánea, que se difunda y recree, bajo el entendido de que estamos en el límite de los tiempos para poder afirmar que es posible todavía construir un presente sostenible.

BIBLIOGRAFÍA

BECERRIL Miró, José E. (2009) Los principios legales de la Convención del Patrimonio Mundial, INAH, México.

COTOM, Bolfy. (2008) Nación, Patrimonio, Cultura y Legislación: Los debates parlamentarios y la construcción del marco jurídico federal, sobre monumentos en México siglo XX**.** Porrúa, México.

COTTOM, Bolfy. (2011) Los derechos culturales en el marco de los derechos humanos en México, INAH, México.

DÍAZ BERRIO, Salvador. (1990) Conservación del patrimonio cultural en México. INAH, México.

GÓMEZ Consuegra, L. (Comp.) y PEREGRINA, Angélica (Coord.) (2009) Documentos internacionales de conservación y restauración*,* Centro INAH Jalisco y CONACULTA, México

HEIDEGGER, Martin, (1996) “La época de la imagen del mundo”, en Martin Heidegger, *Caminos de bosque*, Alianza, Madrid, España.

LIGORRED Perramon, Josep. (2013) La gestión de los sitios arqueológicos en las áreas urbanas del estado de Yucatán (México). Tesis del Doctorado en Gestión de la Cultura y el Patrimonio. Facultad de Geografía e Historia a la Universitat de Barcelona. Cataluña.

NIVÓN, Eduardo y Mantecón, Ana R. (coords.). (2010) Gestionar el patrimonio en tiempos de globalización. UAM y Juan Pablos Editor, (Biblioteca de Alteridades 14 Grandes Temas de la Antropología), México.

PAREDES Guerrero (coord.). (2013) Participación social y de organismos públicos y privados en la Conservación del Patrimonio cultural Edificado. UADY, México.

TRESERRAS, Jordi y Matamala, Joan Carles. (2006) “Del recurso patrimonial al producto turístico-cultural: la gestión del patrimonio y el turismo para el desarrollo local sostenible”. En Memorias II. Anuario de Investigación sobre Conservación, Historia y Crítica del Patrimonio Arquitectónico y Urbano, UADY, México.

Hemerografía

BONET, Lluís. (2012) “HERITAGE TOURISM Handbook on the Economics of Cultural Heritage”. Mecanoscrito.

ORTEGA, M., Allan y SÁNCHEZ, Ll., Javier (2012) "*Representaciones sociales del patrimonio arqueológico entre los mayas de Quintana Roo, México*" Revista Temas Antropológicos : (2012), Vol. 34 No. 2. UADY, México.

Sitios electrónicos

INAH (2015) 1 http://www.patrimonio-mexico.inah.gob.mx/index.php

H. Congreso http://www.congresoyucatan.gob.mx/detalle_dictamen.php?iddictamen=97

ICOM y WFFM 2009 *http://www.icom-ce.org/contenidos09.php?id=75*

UB (2013) *http://diposit.ub.edu/dspace/handle/2445/54847*

Leyes Decretos, Reglamentos, Convenciones y Programas

CONVENCIÓN SOBRE LA PROTECCIÓN DEL PATRIMONIO MUNDIAL CULTURAL Y NATURAL (París, 16 de noviembre de 1972), MULTILATERAL UNESCO. Aprobación senado: 22/12/1983. Publicación DOF aprobación: 23/01/1984. Vinculación de México: 23/02/1984, aceptación. Entrada en vigor internacional: 17/12/1975. Entrada en vigor para México: 23/05/1984. Publicación DOF de promulgación: 2/05/1984

LEY ORGANICA DEL INSTITUTO NACIONAL DE ANTROPOLOGIA E HISTORIA. 03/FEBRERO/1939 (REFORMA 23-01-1998)

LEY FEDERAL SOBRE MONUMENTOS Y ZONAS ARQUEOLOGICOS, ARTÍSTICOS E HISTÓRICOS. 06/MAYO/1972

REGLAMENTO DE LA LEY FEDERAL DE MONUMENTOS Y ZONAS ARQUEOLOGICOS, ARTISTICOS E HISTORICOS. 08/DICIEMBRE/1975

DECRETO POR EL QUE SE DECLARA UNA ZONA DE MONUMENTOS HISTÓRICOS EN LA CIUDAD DE MÉRIDA, YUC. 18/OCTUBRE/1982

LEY GENERAL DEL EQUILIBRIO ECOLOGICO Y LA PROTECCION AL AMBIENTE. 28/ENERO/1988. (LGEEPA-SEMARNAT, Modificación 1996)

LEY GENERAL DE BIENES NACIONALES. 20/MAYO/2004

LEY GENERAL DE TURISMO. 17/JUNIO/2009

LEY DE ASENTAMIENTOS HUMANOS DEL ESTADO DE YUCATÁN, 1995

LEY DE PRESERVACIÓN Y PROMOCIÓN DE LA CULTURA DE YUCATÁN, 2005

SECTUR (2007) Programa Sectorial de Turismo 2007- 2012. México

EL IMPACTO DEL TURISMO EN LAS COMUNIDADES LOCALES: UN TEMA PENDIENTE

Visitas de familiares y amigos en Cancún: impactos en una comunidad en construcción.

*Pricila Sosa**
*Claudia Martinez**
*Pedro Moncada**
*Myrna Beltrán**
*Valeria Álvarez***

**Profesor, Universidad del Caribe. México*
*** Estudiante, Universidad del Caribe. México*

RESUMEN

Las Visitas de Familiares y Amigos (VFA) constituyen un tema poco atendido en la planeación turística en México. Sin embargo, su importancia como parte de la afluencia y el gasto turístico, así como los impactos que genera pueden ser significativos. El seguimiento estadístico del tema en otros países es muestra del peso que representa en la actividad, principalmente desde la perspectiva de la motivación del viaje. Los análisis académicos presentan una amplia gama de enfoques para estudiar este tema.

Cancún es el destino turístico de sol y playa de México con la mayor proyección nacional e internacional. Su rápido crecimiento lo ubica en este lugar desde finales del siglo pasado. El carácter inmigrante de la comunidad local y la importancia del destino propician una presencia relevante de VFA. Ya otros estudios han dado cuenta de la relación entre migración y VFA. Es necesario entonces examinar, además de su impacto económico, el impacto social de este segmento en Cancún, sobre todo desde la óptica de la población local: ¿Qué significan las VFA para la comunidad de Cancún? ¿Representan una carga para estos habitantes, que cumplen con el ritmo de trabajo exigido por el turismo? ¿Son valoradas positivamente las VFA ante la ausencia de redes de colaboración y familia ampliada para esta población inmigrante? ¿Comparten los cancunenses las experiencias turísticas con sus familiares y amigos que los visitan?, son las preguntas planteadas para este trabajo cuyo objetivo es identificar impactos sociales de las VFA a Cancún desde la perspectiva de la percepción de la población local, con el fin de definir su importancia.

La metodología aplicada consistió en una revisión bibliográfica sobre el tema de VFA y sobre las características de la población de Cancún; la aplicación de un cuestionario a residentes en las distintas zonas de la ciudad de Cancún mediante un muestreo probabilístico estratificado, de acuerdo a la densidad de viviendas de las distintas supermanzanas de la ciudad y la interpretación de los datos.

Estos resultados muestran una percepción positiva de la población local respecto de las visitas de sus familiares. La comunidad considera que las visitas que reciben les brinda la oportunidad de pasear y convivir con su familia y amigos.

Palabras clave: Visitas de familiares y amigos, Cancún, impactos sociales.

ABSTRACT

The Visits of Friends and Relatives (VFR) is a phenomenon analyzed and statistical monitored in various countries since some decades ago, recognizing its relevance. In Mexico studies on this topic are scarce.

In Cancún the VFR may be important because of their frequency, because they add them to other travel motivations for being a resort known, because of the arrivals statistics and tourist spent, but primarily because its size and impacts related to the characteristics and conditions of their population.

This paper aims to review some economic and social impacts of visits by family and friends in Cancun, as an immigrant community that is being constructed. For getting this objective, it has done a review of the literature on the subject and on theoretical approaches to study performed; and a documentary research on the characteristics of Cancún. Subsequently, through quantitative techniques a questionnaire to a representative sample of the population living in Cancun with probabilistic sampling, stratified by type by zones housing density is applied. Finally the results are interpreted and conclusions are obtained.

This research enables to approach this topic to define the extent of the problem and establish the socioeconomic profile of the hosts of VFR, travel motivations of these visitors in Cancun, tourist activities and places frequented by the VFR. Also, there will be information about how the community perceives and values the VFR.

Keywords: Visits from family and relatives, Cancun, social impacts.

1. INTRODUCCIÓN

El turismo es un fenómeno dinámico que ha mostrado un crecimiento constante a partir de su etapa “industrial” o masiva iniciada en la segunda posguerra. Las tendencias marcan que continuará creciendo en las próximas décadas, de acuerdo a la Organización Mundial del Turismo, OMT (UNWTO, 2015). Esta tendencia es aplicable para los diferentes modelos, mercados o segmentos de turismo. Las visitas de familiares y amigos (VFA) son una forma de viaje turístico con largos antecedentes, pero es solamente en las últimas décadas que se registra y se estudia. A partir de fines del siglo pasado la OMT las incluye en sus estadísticas, señalando que 20% de los viajes turísticos respondían a la motivación de VFA, la salud y la religión (Hu y Morrison, 2008). Para el 2014, la misma OMT (UNWTO, 2015) reporta que ese porcentaje alcanzó el 27%, en comparación al 52% de viajes motivados por vacaciones y ocio y el 14% por negocio y motivos profesionales. Es

decir, las VFA (junto con salud y religión) no solamente mantienen un peso significativo, sino que su participación se ha incrementado las últimas décadas.

A pesar de su importancia, no todos los países cuentan con registros de turismo relativas a las VFA (Dwyer et al, 2014). Sin embargo, las estadísticas nacionales o locales disponibles indican repetidamente un peso significativo. El reporte español Familitur (2009: 61-63), por ejemplo, indica que las VFA representan el 24% de los viajes turísticos internos frente a un 54% motivado por vacaciones, ocio y recreación y un 14% del turismo de negocios; señala que este porcentaje de VFA como motivación se convierte en 32% para el caso de Madrid. Otro ejemplo es el reporte de VFA de la provincia Nova Scotia, Canadá (Nova Scotia Tourism Agency, 2007), con un 40% de los viajes con esa misma motivación.

En México, la Secretaría federal de turismo, SECTUR, a través del Centro de Estudios Turísticos, CESTUR, incluye el concepto en algunos de sus estudios, encontrando en 2006 que la demanda del turismo interno nacional, estuvo motivada por las VFA en un 28% (CESTUR, 2006). Este mismo reporte establece que es el segundo motivo (después de vacaciones y ocio) de los viajes a destinos de playa. De acuerdo a la SECTUR, del total del consumo turístico en México, el 79% corresponde al turismo interno, 13% al egresivo y 8% el receptivo. Es a la luz de esos datos que puede ser valorada la información sobre la motivación de VFA que comprende más de una cuarta parte del total de los viajes turísticos.

En el caso de Cancún, que es el tema de este trabajo, CESTUR (2011) señala que 13% de la demanda nacional y 8% de la internacional mencionaron como motivo de viaje las VFA. Eso representó, para el año que reporta (2010) 147,343 turistas nacionales y 131,759 internacionales en Cancún para VFA, de acuerdo a las cifras de arribo total de turistas (AHC, 2011).

Ante estas cifras, parece necesario un seguimiento estadístico y análisis con el fin de estudiar las características de las VFA y desde luego los impactos generados.

2. REVISIÓN DE LA LITERATURA SOBRE EL TEMA

2.1 Definición e importancia.

De acuerdo a algunos autores (Hu y Morrison, 2008) las VFA pueden ser examinadas o bien desde la perspectiva de motivación del viaje o en la óptica de modalidad de hospedaje. Sin embargo, Backer (2009:59), autora de numerosos análisis en este tema, considera que esta división impide un estudio completo y propone una definición de VFA integrando ambos aspectos y resaltando la importancia de examinarlo integralmente: "forma de viaje que implica una visita en la que por el propósito del viaje o el tipo de alojamiento, por uno o ambos, se visita a los amigos y/o familiares". Bajo esta óptica se incluye a quienes realizan VFA como modalidad de hospedaje y a quienes tienen como motivación de viaje las VFA, sea que se hospeden con los anfitriones, o en servicios de alojamiento.

Las VFA se convierten en un importante tema de estudio de textos académicos solamente a partir del siglo XXI, aunque gracias a los antecedentes de la década anterior (Pearce y Moscardo, 2006). Jackson (1990) es citado como el autor que logró llamar la atención

sobre la necesidad de estudiar este tema. Ya en este siglo, algunos autores presentaron propuestas sobre la temática: Backer respecto de la motivación y planteando modelos de análisis (2009, 2012); otros más sobre su importancia económica. También estudian este tema en destinos específicos, mostrando gran atención al caso de Australia (Hu y Morrison, 2008 sobre las características de viaje de VFA y las estrategias de mercadotecnia; Dwyer et al, 2014 y Rusher, 2008 sobre la derrama económica) para este mismo país Elisa Backer (2011) responde la pregunta de Jackson en los noventas sobre si las VFA eran subestimadas y concluye que ciertamente está subestimada su importancia a pesar de su peso en la demanda. Otros casos son de Nueva Zelanda y la importancia económica de las VFA (Laskai, 2013), la caracterización de las VFA y el tipo de transporte utilizado en Florida, Estados Unidos (Pennington-Gray, 2003); para Gran Bretaña (Mac Eachern et al, 2007; Seaton y Palmer, 1997).

La importancia de las VFA en el conjunto de las cifras que registran el turismo, así como respecto a su peso económico, es un señalamiento constante de los textos sobre el tema así como la necesidad de considerarlo en la gestión turística (Rusher, 2008, Seaton y Palmer, 1997, Backer, 2007 y 2012). El problema de ignorar o subestimar las VFA, deriva de que no se lleva un registro completo y detallado de las mismas, desviando las cifras hacia otro tipo de turismo (Wöber, 2000; Backer, 2009). Otra razón es que se parte del supuesto de que su impacto económico es bajo o menor porque no contratan alojamiento ni gastan en restaurantes, lo que no es exacto, como lo muestran los estudios sobre el tema, puesto que las VFA implican un gasto turístico tanto de las visitas como de los anfitriones (Morrison et al, 1995) y un segmento tan importante como otros (Ramachandran, 2006). Lee et al (2005) concluyen que el mercado francés de VFA es más lucrativo que los de otro tipo de viajeros. Desde el punto de vista de la mercadotecnia, por otro lado, no parece necesario abordar este segmento puesto que son viajes espontáneos que no son influidos por la promoción turística convencional (Shani y Urely, 2012).

2.2 Migración, turismo, comunidad e impactos sociales.

Para el tema de este trabajo, las VFA en Cancún, es importante mencionar algunos autores que se han referido a los temas de migración, las comunidades anfitrionas, los impactos sociales y su relación con VFA. Para Urry (2002), por ejemplo, las VFA permiten a los familiares o amigos recuperar el vínculo personal afectado por causa de la migración. Jackson (1990) ya había demostrado la relación entre frecuencia de VFA y volumen de población migrante en el destino. Dwyer et al (2014) realizaron un estudio en Australia encontrando durante el periodo analizado, que un incremento del 10% de la inmigración representaba entre 3 y 6% de incremento de las VFA. Otro análisis para Shanghai encuentra que las VFA van disminuyendo conforme el inmigrante tiene mayor tiempo de residencia en el destino (Chen et al, 2013).

Pearce y Moscardo señalan que el aumento de la atención a VFA en la academia y la industria deriva de que es cada vez más clara su importancia social y económica. Respecto de los impactos hacia los anfitriones, Shani y Uriely (2012) concluyen en su estudio para el caso de Israel, que las VFA pueden generar sensación de invasión a su casa, mayores gastos y estrés por sumar la atención hacia sus visitas a las actividades normales; pero también se genera felicidad por estar con FA, el gusto por ser hospitalario, un orgullo por ser anfitrión, por poder guiar a los huéspedes, se da la oportunidad de salir y pasear con

ellos y esperar reciprocidad a futuro y define las siguientes tipologías de anfitriones: los que adaptan la dinámica de su casa para los huéspedes; los que siguen su vida normal a pesar de las VFA; los que se convierten en guías de turistas y los que actúan como turistas junto con sus VFA en su patio trasero. Este enfoque está relacionado con los objetivos de este trabajo, puesto que los autores señalan la relación de VFA con el bienestar de la población y los impactos positivos que puede generar para ésta, por lo que es un tema no solamente económico, sino también social.

2.3 Cancún y su comunidad.

Cancún es el centro turístico de playa mexicano mejor posicionado a nivel nacional e internacional (Macías, 2009). Como Centro Integralmente Planeado (CIP), es resultado de un plan de la administración pública que ha crecido de forma constante desde 1974 hasta la actualidad (a pesar del abandono de los planes originales y las crisis derivadas de fenómenos meteorológicos, Sosa y Jiménez, 2012). Con ello, no solamente se incrementa la oferta y demanda turísticas, sino hace nacer y crecer rápidamente un centro de población. De unas cuantas familias de pescadores y residentes en 1970 (2663 habitantes representando el 3% de la población del Territorio de Quintana Roo), Cancún registra 163,730 habitantes en 1990 (33% de la población del Estado) y en 2015 tiene 743,837 habitantes, la mitad de la población de Quintana Roo (INEGI, 2011 y CONAPO, 2015).

Este crecimiento demográfico supone una alta inmigración a Cancún. También implica condiciones desfavorables para la comunidad que está en formación permanente, como la ausencia de redes de colaboración y de la familia o familia ampliada; además de las condiciones laborales características de un centro turístico, con horarios de trabajo y días laborales diferentes a lo convencional y a los escolares, afectando la vida familiar y social (Jiménez y Sosa, 2008). De acuerdo a INEGI (2011), el 65% de la población de Cancún no nació en Quintana Roo y cerca del 20% corresponde a migración reciente (a partir del 2005). La relación hombre-mujeres es de 102.7%, mostrando también el carácter inmigrante. Con sus 40 años la de Cancún es una comunidad en construcción.

La proyección turística de Cancún, sumada a estas características de la población inmigrante procedente de las distintas entidades federativas de México, lo convierten en destino de VFA, carácter que además le permite compensar algunos costos de la migración.

3. MÉTODOS Y TÉCNICAS.

La metodología definida para la investigación consideró, en primer lugar, una profunda revisión bibliográfica sobre VFA que mostró cuáles son los enfoques o perspectivas de los estudios sobre este tema; también dejó ver la ausencia de textos dedicados al caso de México y permitió confirmar cuáles aspectos resulta importante examinar a través del instrumento de recolección de datos.

La aplicación del cuestionario a los residentes de Cancún se realizó mediante un muestreo estratificado según densidad de vivienda por Súper Manzana (que corresponde a Colonia o Barrio) con base en el último Censo de Población y Vivienda (INEGI, 2010). La muestra probabilística se calculó para una población infinita de viviendas (N: 215,158), un nivel de

confianza de 90% y un margen de error de 5%. La aplicación de entrevistas se realizó entre el 10 de noviembre de 2014 al 20 de enero de 2015. Se integraron reactivos para examinar perfil del residente y grupo familiar, perfil de los visitantes, comportamiento de viajes y consumo turístico y los impactos socioeconómicos. Este trabajo examina solamente este último aspecto de impactos, a través de 23 enunciados para ser evaluadas en una escala de Likert. Las respuestas permiten establecer si la percepción es positiva o negativa respecto de las visitas de familiares y amigos que se reciben y se agrupan en cuatro temas: Beneficios y costos económicos; Beneficios y costos sociales e Integración de la comunidad.

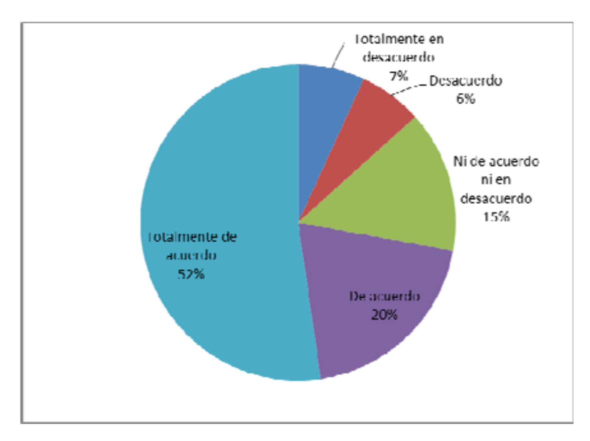
4. RESULTADOS.

Antes de referir los impactos sociales, se resumen las características del perfil y comportamiento de las VFA a Cancún, encontrando: una doble motivación para estos viajes -VFA y vacaciones o descanso-; tratándose principalmente de familiares (81%). Su procedencia está muy relacionada con el lugar de origen de los residentes así como con las ciudades de donde provienen los inmigrantes a Cancún (Cd. De México, Yucatán, Veracruz, Quinta Roo y Tabasco). Las estancias de FA van de 4 a 7 días y más. Realizan visitas a los mismos sitios que los turistas y su consumo se reparte en hospedaje, alimentos y bebidas, tours y esparcimiento.

Sobre los impactos sociales, las respuestas muestran con bastante claridad una percepción positiva sobre las VFA. El primer aspecto evaluado es sobre los beneficios y costos económicos, donde un 43% está en total acuerdo y un 19% de acuerdo en que los gastos se reparten entre huéspedes y anfitriones. Respecto si las VFA incrementan los gastos de la casa encontramos un total acuerdo de 33% y acuerdo de 23%, sumando 56%, más respuestas neutras de 21%. Con la afirmación “Cuando recibo VFA gasto porque los acompaño en paseos y actividades”, las respuestas de acuerdo suman 55%, la neutra de 25% y las de desacuerdo 20%; aceptando entonces tanto el incremento del gasto como el destino principal del mismo en actividades turísticas. No obstante la respuesta a la siguiente afirmación permite observar la respuesta ante el incremento de sus gastos por VFA: “No me importa gastar un poco más con tal de recibir a mis familiares y amigos cuando me visitan” (ilustración 1): totalmente de acuerdo 52%, de acuerdo 20% sumando 72% y la suma de desacuerdo 13%, lo que apoya la idea de percepción positiva sobre VFA.

Ilustración 1.

No me importa gastar un poco más en mi casa con tal de recibir a mis FA cuando me visitan



Elaboración propia con base en los datos de entrevistas

En el tema de costos sociales las respuestas son más claramente positivas hacia VFA. Tanto la afirmación "Me gusta recibir FA que me visitan y convivir con ellos"(ilustración 2), como "Es agradable compartir paseos y actividades con mis FA cuando me visitan" reciben 68% de total acuerdo más 12 y 14% respectivamente de acuerdo (sumando 80%) frente a 11% de suma de desacuerdo. Muy cercanos a estos porcentajes, levemente menores, corresponden a "Cuando recibo VFA es cuando realizo actividades turísticas… y conozco lugares". Las afirmaciones que por el contrario, aluden a impactos negativos como los que referían Shani y Urely (2012) "Las VFA me causan problemas en la organización de mi casa…" y "Lo malo de vivir en un destino turístico es tener que recibir VFA con frecuencia", obtuvieron respuestas de desacuerdo de 55% y 45% respectivamente y neutras de 20%. Y la respuesta es aún más contundente ante la afirmación "Me siento obligado a recibir VFA todos los años" sumando el desacuerdo 63% con 20% de suma de acuerdo. La actitud positiva hacia VFA se expresa más claramente frente a las afirmaciones "Tengo gran oportunidad de interacción con mis FA durante sus visitas" y "Las visitas que recibo refuerzan mi vínculo con los FA…" con 78% de suma de respuestas de acuerdo y 11% de suma de desacuerdo.

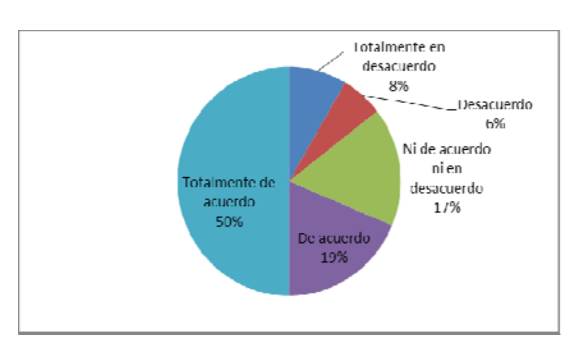
La respuesta hacia la afirmación dirigida al tema de integración a la comunidad es congruente y refuerza el sentido de las anteriores: "Lo que no me gusta de vivir en Cancún es que estoy lejos de mis familiares y amigos" con suma de acuerdo y total acuerdo de 50%, con 33% de suma de desacuerdo; mientras que "Aunque estoy lejos de mis FA, les gusta visitarme gracias a que estoy en Cancún", con una suma de acuerdo de 70% y de desacuerdo de 14 (ilustración 2).

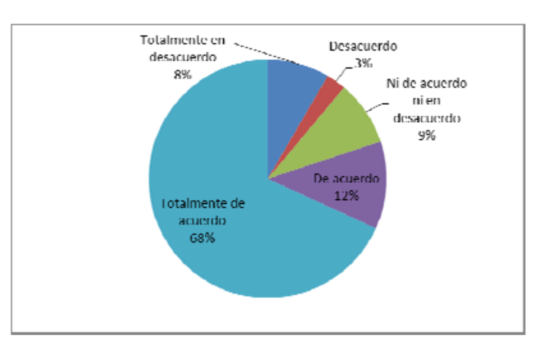
Ilustración 2

Aunque estoy lejos de mis FA, les gusta visitarme Gracias a que estoy en Cancún



Me gusta recibir VFA que viven en otras entidades y convivir con ellos





Elaboración propia con base en resultados de las entrevistas

Como lo muestran estas cifras, las VFA juegan un papel importante para la comunidad en Cancún, convirtiendo a sus habitantes en anfitriones, guías…y turistas. Las respuestas no muestran impactos negativos como los señalados por Shani y Uriely (2012), mientras que permite observar una disposición positiva hacia las VFA, el gusto por la convivencia y por compartir actividades.

5. CONCLUSIONES

Las VFA tienen un papel importante en las motivaciones turísticas, de acuerdo a las estadísticas disponibles a nivel mundial, en los diferentes países y en México. Los estudios que lo abordan discuten su importancia, características y comportamiento en destinos específicos y sus impactos. Para el caso de México esta es un área de oportunidad para estudiar.

Cancún es el destino de playa de México mejor posicionado a nivel nacional e internacional. Es resultado de un proyecto (CIP) iniciado en los setentas, que prácticamente ha crecido permanentemente. La población que acompaña este desarrollo es inmigrante en gran medida. La proyección lograda por el destino y su población inmigrante lo hacen atractivo como destino de VFA. Es importante, entonces, conocer cuál es el impacto de las VFA en Cancún, especialmente los impactos sociales.
Los resultados del presente trabajo muestran una percepción positiva de la comunidad sobre las VFA. Las respuestas permiten señalar que los anfitriones comparten gastos y actividades con los FA; no los consideran una carga y sí una buena oportunidad de convivencia y reencuentro.

Se requiere profundizar en el tema de VFA y dar seguimiento a su evolución.

BIBLIOGRAFÍA

ASOCIACIÓN DE HOTELES DE CANCÚN. (2010). *Barómetro Turístico de Cancún.* Cancún: AHC.

ASOCIACIÓN DE HOTELES DE CANCÚN. (2014). *Barómetro Turístico de Cancún.* Cancún: AHC.

BACKER, E. (2008). VFR Travelers-Visiting the destination or visiting the host? *Asian Journal of Tourism and Hospitality Research*, 2: 60-70.

BACKER, E. (2009). *VFR Travel: An assessment of VFR versus non-VFR travelers*. Southern Cross University: Lismore, NSW.

BACKER, E. (2012). “VFR travel: It IS underestimated”. *Tourism Management*, 33, 74-79.

BOAKYE, A. (2008). “Participants Characteristics and Economic Benefits of Visiting Friends and Relatives (VFR) Tourism-an International Survey of the Literature with Implications for Ghana”. *International Journal of Tourism Research,*10: 609-621.

CENTRO DE ESTUDIOS SUPERIORES DE TURISMO. (2006). *Perfil y grado de satisfacción de los turistas en México. Cuarto Trimestre*. México: CESTUR, Secretaría de Turismo.

CENTRO DE ESTUDIOS SUPERIORES DE TURISMO. (2011). *Perfil y grado de satisfacción de los turistas en los destinos de playa*. México: CESTUR, Secretaría de Turismo.

CENTRO DE ESTUDIOS SUPERIORES DE TURISMO. (2010). *Perfil y grado de satisfacción de los turistas en Cancún.* México: CESTUR, Secretaría de Turismo.

CONAPO, Proyecciones de la población 2010-2050 http://www.conapo.gob.mx/es/CONAPO/Proyecciones fecha de consulta, 1 de julio de 2015.

CHEN, Y., WU B., LL, L. & DONG, Z. (2013). “Study on Visiting Friends and relatives travel behaviour of inmmigrants in Shanghai”. *Procedia- Social and behavioiral Sciences,* 96: 522-527.

DWYER, L., SEETARAM, N., FORSYTH, P. Y KING, B. (2014). “Is the migration-tourist relationship only about VRF?” *Annals of Tourism Research*, 46:130-143.

HU, B. Y MORRISON, A. (2008). Tripography: Can destination use patterns enhance understanding of the VFR market? *Journal of Vacation Marketing,* 8: 201-220.

INEGI (2010). *Censo General de Población y Vivienda 2010*. Aguascalientes: Instituto Nacional de Estadística y Geografía.

INSTITUTO DE ESTUDIOS TURÍSTICOS (2009), *Familitur*, Informe anual 2009. Ministerio de industria, turismo y comercio de España.

JACKSON, R. (1990). VFR tourism: Is it underestimated? citado por Morrison, Hsieh y O’Leary (1995) en *The Journal of Tourism Studies,* 6, (1).

JIMÉNEZ, A. y SOSA, A.P. Cocktail Cancún. “Reflexiones sobre los impactos sociales del turismo en una comunidad local” en UAEM, *Entorno del Turismo. Perspectivas,* No 3.

LARSEN, J., URRY, J. Y AXHAUSEN, K. (2007). “Networks and tourism: mobile social life”. *Annals of Tourism Research.34, (1):244-262.*

LASKAI, Ilona (2010).*Exploring the Role and Nature of 'Visiting Friends and Relatives' Tourism in Niue.* A thesis submitted to Auckland University of Technology, 2013

LEE, G; MORRISON, A; YOU, X; WEBB, J. REID, J. , 2005. *Journal of vacation marketing* 2005:11-340. DOI: 10.1177/135676670505663.

MACÍAS, C. (2009). *Cancún: Los avatares de una marca turística global*. UQROO-Bonilla- Artigas Editores: México.

MC EARCHERN, M.; YUN, D; MC DONALD, R y HENNESSEY, D.” Caracteristics of the VFR markets in Prince Edward Island, a longitudinal approach”. *TTA International Conference*, Las Vegas, June 17-20 2007.

MAC KARCHER(1996). “Host involvement in VFR Travel”. *Annals of Tourism Research*, 23(3).

MORRISON A., Hsieh S. y O´Leary J. (1995). “Segmenting the Visiting Friends and Relatives Market By Holiday Activity Participation”. *The Journal of Tourism Studies*, 6, (1): 48-63

NOVA SCOTIA TOURISM AGENCY (2010), *Nova Scotia Tourism Market Profile: Visiting Friends & Relatives*, www.gov.ns.ca/econ/

PEARCE, P. , and MOSCARDO, G. (2006) Domestic and visiting friends and relatives tourism. In: Buhalis, Dimitrios, and Costa, Carlos, (eds.) *Tourism Business Frontiers: consumers, products and industry*. Elsevier, Oxford, UK, pp. 48-55.

PENNINGTON-GRAY, Lori. “Understanding domesticVRF drive market in Florida”, *Journal of Vacation Marketing*, 2003, 9:354 DOI: 10.1177/135676670300900405.

RAMACHANDRAN, 2006 “Visiting friends and relatives market: a conceptual approach”. TEAM Journal of Hospitality and Tourism Vol 3-1 December 2006

RUSHER, K. *Disaggregating the visiting friends and relatives market (2008). An Analysis of australian arrivals to Dunedin*. Master graduate profile, Departamento of tourism University of Otago.

SHANI, A. y URIELY N. (2012). “VFR Tourism. The host experience”. *Annals of Tourism Research*, Vol. 39, No. 1, pp. 421–440, 2012

SEATON, A. Y PALMER, C. (1997). “Understanding VFR tourism behaviour: The first five years of the United Kingdom tourism survey”. *Tourism Management*, 18 (6).

SOSA, A. y JIMÉNEZ, A. (2012). “La política turística en Cancún como destino turístico maduro ¿renovar o replicar?” En Vera, F. y Rodríguez I. *Renovación y restructuración de destinos turísticos en áreas costeras*. Universidad de Valencia: Valencia.

THRANE, C. Y FARSTAD E. (2011). “Domestic Tourism expenditures: Non-linear effects of lenght of stay and travel party size”. *Tourism Management*, 32: 46-52.

URIELY, N., Y SHANI, A. (2011*). VFR Tourism: The host experience*. Ben-Gurion University of the Negev: Israel.

URRY, J. (2002). *The Tourist gaze*. SAGE.

UNITED NATIONS WORLD TOURISM ORGANIZATION. (2015). *Tourism Highlights* 2015 Edition. Madrid. UNWTO.

WÖBER, K. (2000). Standardizing tourism city statistic. *Annals of Tourism Research*, 27(1): 51-68.

EL IMPACTO DEL TURISMO EN LAS COMUNIDADES LOCALES: UN TEMA PENDIENTE.

Ecoturismo en el ejido Chacchoben, Quintana Roo, México: un caso para reflexionar

*Maricela Sauri Palma**
*Francisca Luceli Chablé Tuz***

**Universidad Intercultural Maya de Quintana Roo. México*
**Universidad de Quintana Roo. México*

RESUMEN

Esta ponencia expone el caso concreto del ecoturismo en el ejido de Chacchoben, el cual surge a partir de políticas gubernamentales que impulsan el desarrollo turístico sustentable en el sur de Quintana Roo, como sector económico de máxima importancia. Estas políticas, otorgan preferencia a inversionistas cuya lógica y visión empresarial resulta desconocida para la población campesina deviniendo en desigualdad en la participación y en la toma de decisiones, así como en la distribución de los ingresos. Esto ha generado conflictos a través de los años, que han llevado al estancamiento del proyecto ecoturístico ejidal. Se evidencia la lógica imperante con que se impone este proyecto que no considera los recursos y circunstancias socioculturales locales para beneficiar equitativamente a la comunidad.

El marco teórico se basa en las bondades discursivas del ecoturismo y los efectos adversos que ha dejado en el ejido de Chacchoben. Se enfatiza la importancia de la participación local en la construcción y dirección de su propio proyecto como un componente clave para el éxito sustentable. Una participación activa impulsada desde la educación intercultural que coadyuve a generar comunicación, entendimiento y respeto entre las culturas y opiniones de los diversos actores que intervienen y compiten en la actividad turística.

El método y las técnicas utilizadas son parte de la investigación cualitativa, específicamente en la Investigación Acción Participativa (IAP) que se basa en la investigación y aprendizaje colectivo de la realidad, en un análisis crítico y con la participación activa de los grupos implicados, que se orienta a estimular la práctica transformadora y el cambio social.

Los resultados y conclusiones giran en torno a los saberes que las personas del ejido Chacchoben externaron sobre el desarrollo del ecoturismo en su ejido. Sus reflexiones sobre sus potencialidades ecoturísticas, las instituciones que los han apoyado, lo que les ha gustado y lo que no del proyecto, los beneficios y retos que han tenido, así como una reflexión final sobre el estancamiento que ha tenido su proyecto y la importancia de revitalizarlo a través de una nueva propuesta que incluya la participación local e intercultural.

Palabras clave: ecoturismo, ejido, Quintana Roo, participación, interculturalidad

ABSTRACT

This paper presents the case of ecotourism development Chacchoben ejido, which arises from government policies that promote sustainable tourism development in southern Quintana Roo, as an economic sector of utmost importance. These policies give preference to tourism investors whose logic and economic and business vision is unknown to the peasant population, rendering it unequal participation and decision-making, as well as the distribution of income. This has led to conflicts and ruptures through some years, which has led to stagnation ejido ecotourism project. The prevailing logic that such projects do not consider the resources and sociocultural circumstances of the community to benefit local people equally imposing evidenced.

The theoretical framework is based on the discursive benefits of ecotourism and the side effects are leaving in various rural and indigenous communities, as the case Chacchoben. It also supports the importance of local participation in the management and execution of their own ecotourism project as a key component of success, without which it can not be considered a sustainable project. Active participation that will address appropriately to the different actors and outside interests involved and compete in tourism. Various proposals such as multiculturalism and popular education as important elements that contribute to generate communication, understanding and respect between cultures and opinions of the various actors involved in tourism are also included in the theoretical framework, also strengthens local knowledge and encourages their participation.

The method and the techniques used are specifically part of the qualitative research in Participatory Action Research (IAP) based on research and collective learning of reality, a critical analysis and with the active participation of the groups involved, which aims to stimulate transformative practice and social change.

The results and conclusions presented revolve around knowledge that people have, and expressing ejido about tourism in general and ecotourism development in their ejido. Reflections on their ecotourism potential, on the institutions and organizations that have supported them, what they liked and what is not of the project and the activities, benefits and challenges they have had, as well as a final reflection on the stalemate that has had their project and the importance of revitalizing it through a new proposal including local participatory ingredient.

Keywords: ecotourism, ejido, Quintana Roo, participation, intercultural

1. EL CONTEXTO QUE IMPULSA EL ECOTURISMO EN EL EJIDO CHACCHOBEN

El turismo en sus distintas modalidades se encuentra en constante crecimiento a nivel internacional. Acorde con la OMT La demanda de turismo internacional entre enero y abril de 2015 incrementaron un 4%, casi todas las regiones disfrutaron de un fuerte crecimiento.

Las perspectivas para el periodo mayo-agosto siguen a la alza (OMT, 2015). En el 2014, México se posicionó en el 10º lugar por llegada de turistas internacionales (OMT, 2014). Dentro del país, en la zona norte del estado de Quintana Roo el turismo es la actividad dominante, en esta zona se encuentra Cancún uno de los polos turísticos más atractivos a nivel internacional que atrae más visitantes y por lo tanto más ganancias.

El desarrollo turístico de masas de la zona norte del estado de Q.Roo fue impulsado a fines de 1960 por el gobierno federal, Cancún fue la primera ciudad turística planeada en forma total (Arnaiz, 1992). Este éxito económico, ha llevado al gobierno a expandir el turismo como eje económico en todo el estado, pero en la modalidad sustentable para evitar los problemas ecológicos y socioculturales que se han presentado en el norte, tal como se señala en el Plan Estratégico de Desarrollo Integral del Estado de Quintana Roo 2000-2025 (Gobierno del Estado de Quintana Roo). No obstante, Cancún como centro turístico se planeó y desarrollo en un área donde prácticamente no había asentamientos humanos (Arnaiz, 1992). Contrariamente, las zonas centro y sur integran múltiples asentamientos ejidales donde se localizan importantes riquezas naturales y culturales atractivas para el turismo. El Plan Estatal de Desarrollo 2005-2011 señala que la zona centro es principalmente agropecuaria y tiene el mayor rezago socioeconómico en cuanto a infraestructura, educación, acceso a servicios básicos y de calidad, empleos, entre otros. En la zona sur predomina el sector terciario: comercio y servicios privados y públicos que se concentran en la capital, Chetumal (Plan Estatal de Desarrollo 2005-2011). La gente del centro y sur tienden a emigrar a los polos turísticos del norte en busca de empleo. Las autoridades de la administración pública estatal 1993-1999, promovieron el proyecto denominado Corredor Turístico Costa Maya para la revitalización de la zona sur del estado (Manzanero, 2002).

El proyecto Costa Maya inicia en 1994 (Ahumada, s/f) y se basa en el Ordenamiento Ecológico Territorial (OET) Costa Maya[1] que pretende armonizar beneficio social y económico con la integridad y estabilidad de los ecosistemas, acorde a los principios de la Ley General de Equilibrio Ecológico y Protección al Ambiente (LGEEPA). En su aspecto social destaca promover la participación de los diferentes actores involucrados dentro del área, así como activar los mecanismos de interacción entre éstos, a fin de colaborar con las propuestas y soluciones derivadas del OET (Campos, s/f).

El proyecto Costa Maya se integra a su vez al proyecto turístico internacional Mundo Maya, conformado por países que comparten el legado de la civilización maya: Belice, El Salvador, Guatemala, Honduras y el Sureste de México (Quintana Roo, Yucatán, Campeche, Tabasco y Chiapas) (Cebada, 2002). El objetivo de Mundo Maya es generar un proyecto integral de turismo donde se combinen las áreas arqueológicas con las naturales (Arnaiz, 1992). Así, se plantea el desarrollo de proyectos ecoturísticos donde sean las propias comunidades quienes protejan su herencia y su ambiente (Daltabuit, 2000). En este sentido, en el sur de Quintana Roo se unen elementos importantes para los proyectos mencionados, como diversidad de zonas arqueológicas ubicadas generalmente en áreas ejidales o cercanas a ellas. Para el proyecto Costa Maya se consideraron algunas zonas arqueológicas que fueron restauradas para tal fin, como la del ejido Chacchoben.

[1] Elaborado por la Universidad de Quintana Roo (UQROO) en coordinación con la Secretaría Estatal de Infraestructura, Medio Ambiente y Pesca (SIMAP), actualmente es la Secretaria Estatal de Desarrollo Urbano, Medio Ambiente y Pesca (SEDUMA).

Asimismo, es posible encontrar atractivos naturales como ríos y lagunas, muchos de ellos localizados también en áreas ejidales como Bacalar, Buena Vista, Calderitas, Xul-Ha y Palmar.

La forma general de operación de la actividad turística en la zona sur del estado es a través de cruceros internacionales que llegan al muelle denominado "Puerta Maya", construido a mediados del 2000. Los turistas desembarcan con paquetes turísticos adquiridos antes y durante el viaje, o en su caso, al llegar al muelle los seleccionan a través de varios operadores de viajes.[2] Los operadores, comerciantes y empresarios negocian y pagan al concesionario del muelle por el derecho a vender sus paquetes turísticos o para establecer algún negocio comercial dentro del área. Así, los turistas son conducidos hacia las diferentes zonas naturales, culturales y comerciales seleccionadas para tal fin, manteniendo de este modo poco o ningún contacto con las comunidades locales.[3]

En general, gente de las comunidades señalan no ser consideradas ni apoyadas para participar y beneficiarse económicamente de la actividad turística. Indican que los inversionistas (públicos y privados) no les comunican ni piden su opinión acerca de los trabajos que se están realizando. Las inversiones en infraestructura se realizan en áreas privadas, cercanas o dentro de sus comunidades que no les benefician, e incluso que se ven inducidos a vender sus terrenos a precios bajos.[4] Desde los inicios del desarrollo turístico se han presentado conflictos entre comunidades y sectores públicos y privados que promueven el turismo e invierten en la región (Serrano, 2001). En este sentido, algunas comunidades o ejidos han ideado y puesto en marcha iniciativas propias para insertarse en el desarrollo turístico. En este caso, se encuentra el ejido Chacchoben donde se implementa el ecoturismo.

Se destaca entonces que el estado de Quintana Roo ha ido avanzando hacia una dependencia casi total de la actividad turística. Concentrando hasta ahora las actividades más dinámicas en la zona norte con el turismo masivo, y continuando en la zona sur con el llamado turismo sustentable. Esta estructura, es reflejo de la importancia que ha adquirido el turismo en el mundo globalizado.

2. EL DISCURSO DEL ECOTURISMO Y SUS EFECTOS EN EL EJIDO CHACCHOBEN

El ecoturismo se define como aquella modalidad turística que consiste en viajes y actividades recreativas hacia áreas naturales relativamente sin disturbar. Con la finalidad de apreciar, disfrutar y entender los problemas y valores ambientales y culturales. Ello a través de un proceso que promueva la conservación y el uso sostenido de los recursos y que propicie la participación activa de las poblaciones que habitan en las áreas donde se lleva a cabo dicha actividad, para asegurar que obtengan los máximos beneficios económicos (Ceballos-Lascurain, 1996). Afín a la definición, autores como Groom et al. (1991), Azócar (1995), Daltabuit et al. (2000), Kruger (2004) y Moreno (2005), sugieren que el ecoturismo debe cumplir primordialmente con la participación y beneficio

[2] Los operadores de viajes turísticos son los denominados mayoristas que compran transporte, hospedaje y otros servicios para estructurarlos y venderlos en un paquete.
[3] Trabajo de campo, enero-abril de 2004.
[4] Trabajo de campo, enero-abril 2004.

socioeconómico de las poblaciones locales donde se implementa. De este modo se considera que podrían mejorar su calidad de vida y conservar sus recursos naturales. Daltabuit et al. (2000) define la participación como la habilidad de los grupos de individuos para determinar la dirección y el resultado del ecoturismo y para lograr ser los beneficiarios.

El ejido Chacchoben pertenece al Municipio de Bacalar, al sur del estado de Quintana Roo y a 80 km al noroeste de la ciudad capital Chetumal. Se conforma por dos poblados: Chacchoben con familias de origen maya yucateco y Lázaro Cárdenas con familias provenientes del estado de Michoacán. Los campesinos subsisten de programas gubernamentales, así como de actividades variadas que les permiten complementar sus ingresos. Pero su principal actividad económica es en el sector primario con actividades agropecuarias de subsistencia. Esta situación ha generado desde hace ya varios años la migración laboral hacia lugares turísticos de la zona norte del estado y hacia Estados Unidos y Canadá. Cuando se impulsó el ecoturismo en el ejido se generaron otras actividades económicas y empleos, la mayoría de los cuales fueron temporales, lo cual no ha mejorado significativamente la situación de económica de las familias.

El ecoturismo en el ejido se empezó a visualizar cuando el Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH) planteó la expropiación de 70 hectáreas donde se ubica un conjunto de vestigios arqueológicos mayas del ejido Chacchoben. Esta zona fue contemplada por el gobierno estatal para el desarrollo turístico Costa Maya, debido a su fácil acceso por carretera y su cercanía al muelle de cruceros Puerta Maya que estaba en planes de construcción. Ante esto, el ejido consideró injusto que otros se beneficiaran de su patrimonio, quedando ellos en las mismas circunstancias de pobreza, por lo que se generaron desacuerdos entre el ejido y el gobierno. Después de largas negociaciones se llego a un convenio para “incluir” al ejido en el desarrollo turístico a partir de: la indemnización a los posesionarios de las parcelas donde se encuentran los vestigios; un plan de desarrollo turístico; capacitación para guías de turistas y para la producción de artesanías locales; concesión del área de servicios de la zona arqueológica y para servicios de transporte público; entre otros. En la implementación de los acuerdos y el desarrollo del turismo los conflictos continuaron entre los diferentes actores: ejido, gobierno, empresarios, tour operadores, guías de turistas, etc. Como mencionan Groom et al. (1991), Azócar (1995), Daltabuit et al. (2000), Kruger (2004) y Moreno (2005), todos los conflictos entre los diferentes actores que intervienen en el ecoturismo, impiden el cumplimiento primordial de la participación y beneficio socioeconómico de las poblaciones locales donde se implementa.

Como parte del convenio, el proyecto ecoturístico denominado “Parque Temático Rural Pueblo Chiclero” surge y se diseña a partir de reuniones del Comisariado Ejidal con la Secretaría de Turismo del Estado de Quintana Roo (SEDETUR), se obtiene financiamiento del gobierno estatal y federal, concretándose en el año 2003. Azócar (1995) señala que en algunos proyectos de ecoturismo, se presenta una participación que fomenta el diálogo entre la población local y el equipo externo, sin embargo los agentes externos continúan tomando la mayor parte de las decisiones. Prevalece la idea de que el gobierno es el que tienen el conocimiento para dirigir un proyecto ecoturístico, para llevar el desarrollo sustentable a aquellas comunidades consideradas pobres, atrasadas e ignorantes.

La idea original del proyecto “Pueblo Chiclero” fue la recreación histórica de Chacchoben como un campamento chiclero, donde se observara y vivenciara el corte y extracción del látex del árbol de chicozapote, así como la escenificación de las costumbres de los chicleros y de la cultura maya (meliponario orquideario, mariposario, etc), a través del recorrido de un sendero interpretativo con la interacción de los habitantes de la comunidad. El proyecto abarcó 1500 hectáreas del Área Forestal Protegida (AFP) del ejido. La infraestructura constaba de un área comercial, galería fotográfica, teatro, vestidores, paneles solares, baños ecológicos secos, entre otros.

Previo al diseño del proyecto se consideró que la afluencia de turistas que llegan al muelle Puerta Maya y a la zona arqueológica de Chacchoben en particular, eran condiciones propicias para la llegada de turistas al Pueblo Chiclero. El Ejido realizó convenio con los inversionistas del muelle y con la empresa transportista Aviomar para que se vendiera el recorrido ecoturístico. No obstante, los turistas no fueron suficientes para cubrir los gastos de operación del proyecto, sobre todo, los sueldos de alrededor de 80 trabajadores. Tanto la SEDETUR como los empresarios dan como principal razón de la falta de éxito del proyecto, la mala planeación del número de actividades, pues requieren mucho tiempo de recorrido y muchos trabajadores. Para poder pagar los sueldos de los trabajadores habría que elevar el costo del boleto, lo cual generaría menos ventas porque hay muchos *tours* que compiten y el turista elige considerando el tiempo, la diversión y el costo. Desde entonces el proyecto no ha podido funcionar, sólo se efectuaron presentaciones eventuales y demostrativas a turistas y a autoridades gubernamentales y empresariales. Por ello, algunos participantes locales recibieron propinas y pagos esporádicos, así como gratificaciones y apoyos gestionados por autoridades locales. Asimismo, algunas personas del ejido participaron como empleados en la construcción, instalación y mantenimiento del área e infraestructura. Como menciona Chablé (2013) el abandono, el paso del huracán Deán en el 2007 y una quema agropecuaria en el 2010 generaron la destrucción de gran parte del proyecto.

Esta forma en que se desarrollan los proyectos de ecoturismo puede entenderse, como señala Saldívar (1999), a que los proyectos de desarrollo han sido conceptualizados desde las visiones hegemónicas de los agentes internacionales que dictan las directrices fundamentales a través de los ajustes estructurales que promovieron en muchos países. Los criterios de participación en estos proyectos responden a esquemas desarrollados por ellos y apropiados y/o modificados por los gobiernos locales. En este sentido, Leff (1998) explica que los campesinos se han visto inducidos y forzados a emprender prácticas de desarrollo que implican el establecimiento de nuevas relaciones sociales y la adquisición de valores y patrones culturales ajenos y homogeneizantes. López y Graillet (s/f) señalan que se ha sobreestimado la importancia de las macrodecisiones políticas y se ha subestimado las microdecisiones que deberían ser adoptadas al interior de los ejidos.

3. SABERES LOCALES Y EDUCACIÓN INTERCULTURAL PARA LA REVITALIZACIÓN DEL PROYECTO ECOTURÍSTICO PUEBLO CHICLERO

A continuación se presenta un cuadro donde se reflejan los saberes, aprendizajes y reflexiones de la gente del ejido Chacchoben sobre su experiencia en el proyecto ecoturístico Pueblo Chiclero.

Tabla 1: Resultados del Taller Participativo en el ejido Chacchoben (2012), para generar una propuesta para la revitalización del Proyecto Pueblo Chiclero

Tematica	El saber local
¿Qué es ecoturismo?	*Es lo que se hace en la laguna: pasear en lancha *El Pueblo Chiclero. *La danza *Cenote *Área forestal *La gruta *Las aves *El parque *La laguna
Ventajas y desventajas del ecoturismo en el ejido	Ventajas: Ingresos económicos, empleos, bienestar local, preservación y conservación de flora, fauna y cultura, y la participación local. Desventajas: prohibición de la cacería, los proyectos antes realizados fueron manejados por gente externa (sector privado, gobierno estatal y federal), ya no se viste como los antiguos, hay conflictos, no se elaboran las artesanías con materiales de la región, se pierde la cultura, no se toman las medidas necesarias para conservar el medio ambiente.
Instituciones y organizaciones que apoyaron el proyecto	*Secretaría de Turismo (SECTUR): 4 millones en infraestructura. *Secretaría de Desarrollo Turístico (SEDETUR): Promoción *Programa de Becas para la Capacitación del Trabajo (PROBECAT). * Proyecto de Conservación y Manejos Sustentable de Recursos Forestales (PROCIMAF): restaurante, baños ecológicos, paneles solares y cabañas. *Fondo de ahorro que tiene el ejido para la realización de la palapa.
Nuestra participación en el proyecto Pueblo Chiclero	Mantenimiento, corte del chicle, teatro, danza, representante del proyecto Pueblo orquideario, Guía de Turista, comité del proyecto Pueblo Chiclero.
Lo que me gustó y lo que no de mi participación en el proyecto Pueblo Chiclero	**LO QUE ME GUSTÓ:** *Mireya: teatro y danza *Rodrigo: la extracción y corte del chicle. *Faustino: participar en el proyecto *Rosario Figueroa: todo bonito pero, me gusto participar en danza. *Guadalupe: decir mis bombas yucatecas en maya. *Elena: participar es algo importante en un proyecto así…a mi me gusto todo lo que yo hacía; a veces en teatro, otras en danza. *Elda: capacitarme para guiar dentro del Pueblo Chiclero. *Hilda: participar en el orquideario *Cristóbal: representante del proyecto Pueblo Chiclero. **LO QUE NO ME GUSTÓ** *Mireya: que se haya quemado por desinterés de las autoridades. *Faustino: que solo participaban personas que eran amigos del comisariado. *Rodrigo: que el proyecto se haya hecho fuera del pueblo, por eso se quemo *Hilda: los empresarios y gobierno velaban por intereses particulares y a la comunidad ni se le tomaba en cuenta.
¿Qué pasó con el Pueblo chiclero?	*Guadalupe Dzib: actualmente se encuentra en abandono pero, hay infraestructura de baños, restaurante. * Cristóbal: está en reserva porque pretendemos que se vuelva a edificar nuevamente para que se realice un proyecto sustentable que lo lleve a cabo el ejido, involucrando a los jóvenes universitarios, autoridades y gobierno estatal. *Hilda Dzul: con la infraestructura que existe, metimos una solicitud a Comisión Nacional Forestal (CONAFOR) para que nos brinde el apoyo de empleo temporal. *Rodrigo: por ahí esta mi rancho y si hay infraestructura, no se quemo todo el proyecto.
Conociendo otras experiencias de proyectos de turismo.	*Mirna: por lo que veo es interesante como la gente realiza el turismo allí en Guatemala y un punto que podría funcionar para que el proyecto vuelva a funcionar aquí es organizarnos como comunidad e ir a limpiar las áreas. *Elena: pedir apoyo a la delegada para que se involucre y armar jornadas de limpieza para la laguna y cenote. *Rodrigo: en el proyecto Pueblo Chiclero se podría chapear y sembrar plantas ornamentales como el guano, orquídeas…existe la parte donde estaba anteriormente el orquideario. *Faustino: cada uno de nosotros contamos con herramientas macheta, coa, martillo, clavos, rastrillos para ir a limpiar el lugar.
Importancia de revitalizar nuestro proyecto Pueblo Chiclero	*Es porque forma parte de nuestra cultura, una forma de representar la vida antigua del pueblo. *Este proyecto genera empleos para la gente de la comunidad. *La participación local del ejido y porque igual compromete a que ya no se talen árboles ni

	caceria de animales. *Turistas venían hasta acá en el proyecto para disfrutar y recrearse de la selva. *Un proyecto bonito que le dio realce al ejido de Chacchoben.
Proyecto Pueblo Chiclero e interculturalidad	* Estudiantes de la Universidad de Quintana Roo (UQROO): trabajos de campo (tesis), investigación en el ejido y Pueblo Chiclero. *Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas (CDI): muy buena relación porque integro a la gente de la comunidad local. *Estudiantes de la Universidad Intercultural Maya de Quintana Roo (UIMQROO): visita a la comunidad por trabajos de campo (Tesis) en el Pueblo Chiclero. *La empresa Promociones Turísticas Mahahual: convenio con el ejido para contemplar en el paquete turístico el Pueblo Chiclero. *Estudiantes de la Universidad Autónoma de Yucatán: Trabajos de campo (tesis). *El Colegio de la Frontera Sur (ECOSUR): trabajos de campo (tesis). * Secretaría de Turismo (SECTUR): apoyo en la promoción y en capacitaciones. * Niños en teatro: una buena relación porque todo lo que se presentaba hacía reír. * Danza: existió conflictos porque recuerdo que una de las chicas no quería portar el traje para el baile.
Propuesta intercultural para la Revitalización del Proyecto Ecoturístico Pueblo Chiclero	**¿Con qué se cuenta actualmente?** Infraestructura: Baños, Restaurante,Taquilla,Cabañas ecológica, Área de descanso **¿Qué hace falta hacer?** *Solicitar el apoyo de los ejidatarios para que apoyen con una remuneración a través del Fondo de Ahorro con el que cuenta el Ejido para comprar herramientas para restaurar el lugar. *Que las autoridades de la comunidad se comprometan a dar mantenimiento al lugar porque tenemos las herramientas para limpiar el lugar y reparar las cabañas, taquilla, entre otro. **¿Cómo lograrlo** *Comprometernos y tener claro que queremos para dar un giro al lugar pero que se involucre niños, jóvenes. *Visión de ver más allá. *Valores (solidaridad, respeto, tolerancia) *Participación *Organización *Compromiso *Disposición. *Acción- resultado *Involucración de UIMQROO-UQROO *Participación de sectores municipal, estatal, federal y sector privado. *La actividad turística debe relacionarse más con las ceremonias tradicionales, con lo que sabe la gente y que la comunidad este unida. *Involucrar a todo el ejido y avisar, y que las personas nos expliquen qué quieren hacer y escuchar nuestras opiniones. *Qué haya interés y que no solo se haga por dinero. *Qué las autoridades se interesen y resaltar en conjunto lo que hay en el ejido. *Qué se incluya a la población entera. *Involucrar a los niños, jóvenes de las escuelas primarias, secundarias de ambas comunidades: Lázaro y Chacchoben. *Que se formen comité para tener responsabilidades y lleven a cabo un buen funcionamiento.

Fuente: Francisca Chablé Tuz

De todo lo expuesto a lo largo de este trabajo, se puede entender que el ecoturismo es una actividad no originaria o propia de las zonas rurales ya que tradicionalmente se han dedicado a las actividades agropecuarias. Aunado a esto, no hubo una planeación integral comunidad-sectores externos (gubernamental y empresarial) por lo que desde el inicio del desarrollo del ecoturismo en el ejido de Chacchoben, se han generado diversos cambios acelerados que no han permitido a la gente local el entendimiento real de su significado y su realización. Hernández (1996) señala que los problemas que se presentan en una comunidad en el desarrollo de un proyecto son que carecen de conocimiento empresarial, fuerza organizativa y gran dependencia de las instituciones de gobierno. Y esto genera conflictos particulares: interés económico por parte de los integrantes del proyecto y sectores involucrados externos; la participación menor de solo una parte de la comunidad y que los beneficios son principalmente para los empresarios. Como resultado, el ecoturismo

en el ejido Chacchoben, ha sido una reproducción de otros proyectos dirigidos externamente, en lugar de una construcción y dirección propia por la comunidad local. Todo el esfuerzo por capacitarse y participar en el proyecto no fue efectivo, ya que desde el inicio no se involucró de manera directa en la toma de decisiones.

Actualmente, los habitantes del ejido han ido aprendiendo sobre el ecoturismo desde su experiencia y desde la interpretación de su cultura. Escobar (s/f) habla de una reafirmación de lo local para reconstruir el mundo desde una perspectiva de prácticas basadas “en el lugar”. El mismo Escobar (2002) menciona que muchas comunidades mantienen una significación cultural distinta a la occidental sobre lo que es la naturaleza, la economía, la vida, el alimento y las relaciones sociales. Ello constata que hay prácticas ecológicas, económicas y culturales diferentes, que pueden ser el punto de partida para reconstruir lo local. Para construir alternativas sustentables que vayan más allá de la civilización occidental-capitalista y que impliquen el derecho a la vida de todos.

El desarrollo de la interculturalidad, es un proceso de integración desde una compleja serie de factores: motivar a las personas, fortalecer sus capacidades, promocionar su potencial intelectual, físico y emocional y desarrollar integralmente el potente material que cada individuo encierra, debe ayudar a las personas a adquirir un mayor conocimiento propio del mundo y de sus habitantes. Además, tiene una función importante en el diálogo entre las diversas culturas contribuyendo a derribar muros por la ignorancia, la incomprensión, la inseguridad y la falta de comunicación y solidaridad. Este diálogo comienza por la aproximación y el conocimiento de la otra cultura e implica la revitalización de la propia cultura, el descubrimiento y la comprensión de valores alternativos que garantiza el enriquecimiento y desarrollo humano (Imberton, 1999).

Para la revitalización del proyecto Pueblo chiclero es necesaria la generación de un diálogo a través de un co-aprendizaje que desarrolle el respeto entre comunidad-sectores, donde se tome en cuenta sus valores, prácticas, el intercambio de conocimientos externos occidentales fortaleciendo los conocimientos internos de la cultura maya local. Este diálogo generarán la comprensión de ambos saberes, generando la interculturalidad en el que el individuo aprende del otro y genera confianza (Chablé, 2013). Para Suarez (2004) la participación de diversos actores y sectores en un proyecto turístico es la relación armónica para vivir en contextos de diversidad e igualdad, tomando en consideración los saberes locales de las comunidades. Aprender a convivir entre sector externo-comunidad es uno de los pilares de la educación intercultural y a través de ello se genera la valoración de las diferentes culturas, saberes y lenguas tradicionales.

Cardenal (1994) y Freire (2000) proponen un proceso de educación profunda y permanente donde se genere el diálogo, la comunicación, reflexión, concientización y construcción y reconstrucción de conocimientos conjuntos. En el caso del ecoturismo en la comunidad de Chacchoben, los campesinos requieren conocer la nueva actividad que se les presenta. Tomar conciencia sobre el por qué del ecoturismo, sobre sus conexiones con otros hechos, conocer el papel que desempeñan en el contexto global. Así, estarán en condiciones también de simplemente aceptar o descartar el ecoturismo.

4. A MANERA DE CONCLUSIÓN

La relevancia de la actividad turística como alternativa económica es innegable y hasta deseable para el ejido de Chacchoben, aún después de varios años de intento. Sin embargo, la gente local está consiente que el proceso de implementación o desarrollo puede y debe ser distinto acorde a las condiciones naturales, sociales, culturales y económicas del lugar. El desarrollo del turismo no debe ser un patrón que se impone sino una guía que se toma como base para su construcción y reconstrucción. El ecoturismo en particular tiene sus bondades, pero no se materializarán hasta que se cumpla en la práctica el principal precepto de participación y beneficio local. Habiendo tan diversos intereses representados en los múltiples actores que intervienen en el desarrollo turístico, la educación intercultural es una herramienta útil que pudiera ponerse en práctica para coadyuvar a entender y conciliar visiones y aspiraciones, tarea nada fácil pero al final satisfactoria.

BIBLIOGRAFÍA

AHUMADA, A. (s/f.): Turismo. [web en línea]. Disponible desde internet en: <http://www.union.org.mx/guia/actividadesyagravios/turismo.htm> [con acceso el 01-12-2005]

ARNAIZ, S.M. (1992): "El turismo y los cambios de la globalización". En: César Dachary, A., D. Navarro y S.M. Arnaiz, *Quintana Roo: Los retos del fin de siglo*. CIQRO, Chetumal Q.Roo, México, pp. 75-99.

AZÓCAR, L. (1995): "Ecoturismo, ¿Una alternativa de desarrollo sostenible?" En: Azócar, L. (ed.), *Ecoturismo en el Ecuador. Trayectorias y desafíos en el Ecuador.* Ed. DIGICOM, Ecuador, pp. 9-53.

CAMPOS, C.B.L. (s/f.): Proyecto Ordenamiento Ecológico Territorial Costa Maya. [web en línea]. Disponible desde internet en: <http://cecadesu.semarnat.gob.mx/biblioteca_digital/educadores_ambientales/edu_amb_03.shtml> [con acceso el 20-11-2005]

CARDENAL, F. (1994): "La renovación necesaria: desarrollo humano". *Revista Envío,* Volumen 153, Octubre 1994, pp.13-18.

CEBADA, D.N. (2002): *Programa Mundo Maya*. Tesis de licenciatura, Universidad de Quintana Roo, Chetumal.

CEBALLOS-LASCURAIN, H. (1996): *Desarrollo de una estructura curricular en el campo del turismo sostenible y el ecoturismo*, PICE, México.

CHABLÉ, T. (2013): *Propuesta intercultural para la revitalización del proyecto ecoturístico Pueblo Chiclero del ejido Chacchoben, Quintana Roo.* Tesis de Licenciatura, Universidad Intercultural Maya de Quintana Roo.

DALTABUIT, G.M., H. Cisneros, L.M. Vázquez y E. Santillán (2000): *Ecoturismo y desarrollo sustentable: impacto en comunidades rurales de la selva maya.* Universidad

Nacional Autónoma de México-Centro Regional de Investigaciones Multidisciplinarias, Cuernavaca Morelos.

ESCOBAR, A. (s/f)a: El lugar de la naturaleza y la naturaleza del lugar: globalización o posdesarrollo?. [web en línea]. Disponible desde internet en: <http://www.clacso.org/wwwclacso/espanol/html/libros/lander/6.pdf> [con acceso el 20-11-2005]

ESCOBAR, (2002)b: “Globalización, desarrollo y modernidad”. En: Corporación Región (ed.), *Planeación, participación y desarrollo*. Medellín: Corporación Región, Medellín p. 9-32.

FREIRE, P. (2000): *Pedagogía del oprimido*. Siglo XXI, México.

GROOM, M.J., R.D. Podolsky and C.A. Munn. (1991): “Tourism as a Sustained Use of Wildlife: A Case Study of Madre de Dios, Southeastern Peru”. In: Robinson, J.G. and G.H. Redeford (eds.), *Neotropical wildlife use and conservation.* The University of Chicago Press, pp. 393-412.

HERNÁNDEZ, E. (1996): *Proyectos turísticos formulación y evaluación*. TRILLAS, México.

IMBERTON, S. (1999): *Educación como desarrollo para el desarrollo humano*, Grao, Barcelona, España.

KRÜGER, O. (2004): “The role of ecotourism in conservation: panacea or Pandora´s Box?” *Biodiversity and Conservation*, Volumen 00, pp. 1-22.

LEFF, E. (1998): *Ecología y capital: racionalidad ambiental, democracia participativa y desarrollo sustentable*. Siglo Veintiuno-UNAM, México.

LÓPEZ O.B. y E.M. Graillet Juárez. (s/f.) *El desarrollo rural en México. Una breve revisión descriptiva de los modelos aplicados*. Universidad Veracruzana, Veracruz.

MANZANERO, S.M. (2002): Monografía del Municipio de Othón P. Blanco, Quintana Roo. Trabajo monográfico para obtener el grado de licenciatura, Universidad de Quintana Roo, Chetumal.

MORENO, P.S. 2005. “Ecotourism along the Meso-American Caribbean Reef: The impacts of foreign investment”. *Human Ecology*, Volumen 33, pp. 217-244.

SALDÍVAR, A. (1999): “Sujetos sociales, capacitación y viabilidad del desarrollo”. En Ávalos Cacho, G. (coord.), *Cambio tecnológico y desarrollo sostenible en la Selva Lacandona*, Chiapas. UACH-CONACYT, México, p. 77-98.

SAURI, M. (2008): *Organización y participación ejidal para el ecoturismo: el caso de Chacchoben Quintana Roo*. Tesis de Maestría, EL Colegio de la Frontera Sur, San Cristóbal de las Casas, Chiapas.

SERRANO P.D. (2001): “Costa Maya... El pastel de oro”. *México Nuevo: órgano de*

información plural, Volumen 9, pp. 4-6.

SUAREZ, F. (2003). *Participación comunitaria en el ecoturismo*, centro de investigación de la Universidad el Salvador, Buenos aires, Argentina.

ANEXOS

Figura 1. Ubicación geográfica del estado de Quintana Roo



http://mr.travelbymexico.com/728-estado-de-quintana-roo/

Figura 2. El estado de Quintana Roo y sus municipios



http://representaciondf.qroo.gob.mx/portal/index.php

Figura 3. Mapa de ubicación del ejido Chacchoben y principales localidades



Base de datos Geográfica del Laboratorio de Análisis de Información Geográfica y Estadística LAIGE, del Colegio de la Frontera Sur. Emmanuel Valencia B.

EL IMPACTO DEL TURISMO EN LAS COMUNIDADES LOCALES: UN TEMA PENDIENTE.

Efectos del etno-turismo en las comunidades indígenas Wayuu. La Guajira- Colombia

*Netty Consuelo Huertas**
*Ana Ochoa Redondo***
*Marili Ustat***
*José Pinto***

Universidad Tecnológica de Bolívar. Colombia
Universidad de la Guajir. Colombia

RESUMEN

En Colombia, la península de La Guajira es un departamento con una riqueza multicultural diversa por las diferentes etnias que residen en su territorio, convirtiendo al departamento en el segundo del país con mayor población indígena (40%). En contraste es -también- uno de los departamentos más pobres de la nación. Por ello el Etnoturismo haya sido definido de manera estratégica como una de las apuestas del desarrollo económico departamental, con el fin de mejorar la calidad de vida de las poblaciones indígenas, mediante la utilización de sus atractivos y valores culturales.

Desde hace ya unos años, en La Guajira la actividad turística se viene realizando de manera informal, involucrando a las poblaciones indígenas, principalmente la Wayuu y olvidando los efectos que puede ocasionar en el desarrollo sostenible. El objetivo de este trabajo es determinar esos efectos en las comunidades indígenas Wayuu y es justamente lo que evidencia este documento.

Palabras clave: etnoturismo, desarrollo sostenible, comunidades indígenas, efectos del turismo

ABSTRACT

In Colombia, the peninsula of La Guajira is a department with a multicultural diverse richness of the different ethnic groups living on its territory, becoming La Guajira into the second largest indigenous population (40%) in our country. In contrast, also, it is one of the poorest states in the nation. For this reason, Ethnotourism has been strategically defined as one of the bets of the departmental economic development, in order to improve the quality of life of indigenous peoples, using its attractions and cultural values.

Since many years ago, in La Guajira, tourism has been done informally, involving indigenous people and forgetting the effects it can have on their socio-cultural, environmental, and economical dimensions. The target of this study is to determine those effects at the Wayuu indigenous communities, and it is exactly what this document explains.

Keywords: ethnic tourism, sustainable development, indigenous communities, effects of tourism

1. INTRODUCCIÓN

Hoy, la industria del turismo es una de las mayores generadoras de riquezas a nivel mundial. Dentro del diverso espectro de posibilidades para realizar turismo existe una modalidad llamada Etnoturismo, en la cual los elementos simbólicos de una cultura determinada se transforman en un producto comercial que se ofrece como atracción.

El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia orienta desde sus políticas para el sector turismo un adecuado aprovechamiento de los recursos naturales y culturales, conjuntamente con la participación activa de las comunidades de un destino. Así se busca que el turismo sea una herramienta de conservación y gestión, facilitando el intercambio entre visitantes y residentes; valorando responsablemente los recursos naturales y el patrimonio cultural; promocionando el compromiso social en los agentes relacionados con el turismo; generando situaciones justas y neutrales entre los actores comprometidos; potenciando el fortalecimiento del capital social en los diversos destinos turísticos.

Gracias a que el departamento de la Guajira es un territorio ancestral habitado por los Wayuu, con una gran riqueza natural de enormes contrastes, se presenta como un destino que ofrece toda una gama de posibilidades turísticas. La actividad etno-turística es uno de los productos diferenciadores por ser la cultura Wayuu de las más legendarias y que aún conserva sus costumbres y tradiciones.

Pero, ¿el desarrollo de esta actividad turística ha traído efectos positivos en el departamento? ¿Cuáles han sido esos efectos en términos socio-culturales, económicos y ambientales? Estas preguntas se pretenden responder en este trabajo.

2. TURISMO SOSTENIBLE

2.1. Principios

Los principios del turismo sostenible fomentan la colaboración entre miembros de la comunidad y entre las comunidades, buscando una distribución equitativa tanto de las oportunidades como de los beneficios que produce la actividad turística. (Ferrel, 2009). En otras palabras, debe cumplir con los siguientes requisitos:

- Ambientalmente responsable: Fomenta una conciencia respetuosa y formas de gestión sostenible de los recursos naturales y de la biodiversidad, vinculándolas a la defensa de los derechos a la tierra y a los territorios ancestrales.

- Económicamente viable: Incorpora objetivos e instrumentos de gestión eficientes en el uso y valoración de los recursos que se movilizan, buscando beneficios que permitan remunerar convenientemente el trabajo y las inversiones realizadas.

- Culturalmente enriquecedor: Propicia experiencias y encuentros interculturales de calidad entre los visitantes y las comunidades anfitrionas, respetando las expresiones de la identidad cultural.

Los objetivos a los que ha de responder la visión del desarrollo sostenible de las comunidades indígenas y sus organizaciones son el alivio de la pobreza, el fortalecimiento de la cohesión social interna, el afianzamiento de la identidad cultural y la salvaguarda de su hábitat natural ancestral. La mayor o menor contribución de las operaciones turísticas al logro de estos objetivos determina su grado de sostenibilidad.

2.2. Sostenibilidad y Evaluación de Impacto

La sostenibilidad es un término asociado al desarrollo sostenible, que significa "atender a las necesidades actuales sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras de satisfacer las suyas, garantizando el equilibrio entre crecimiento económico, cuidado del medio ambiente y bienestar social (es lo que se conoce como Triple Vertiente de la Sostenibilidad)" (Ecointeligencia, 2013). Es decir, el concepto de sostenibilidad es el equilibrio que debe existir en la interrelación entre naturaleza y los sectores económicos y sociales; logrando que el uso de los recursos naturales sea la base del crecimiento económico y la calidad de vida de la sociedad, al tiempo que se preserva su capacidad para que las generaciones futuras puedan disfrutarle.

En tal sentido, se requiere, primero, entender que la evaluación de impacto, es aquella que mide los efectos sobre la población beneficiaria y el territorio donde se localiza. Por su parte, cuando se habla de impacto (o efecto)[1] se refiere a todo cambio o alteración (en el aspecto visual, o al sentir de la comunidad) generado por la práctica del turismo.

De acuerdo con lo anterior, se entiende que el impacto turístico son las consecuencias no deseadas, que han sido producto de la utilización de los espacios turísticos y que afectan en forma negativa la calidad ambiental y patrimonial de los diferentes espacios naturales. La generación de estos impactos puede tener dos causas principales, la primera es la acción de los mismos turistas y la segunda, por los requerimientos que demanda el desarrollo de la actividad turística. Para Blanco (1998) citado por Tinoco (2003), el nivel de los impactos que producen los visitantes está relacionado directamente con distintas variables:

[1] En este trabajo se está trabajando los efectos más que los impactos.

- Duración de la visita
- Época del año considerada
- Tipología y comportamiento del usuario
- Distribución de los usuarios por el área protegida
- Fragilidad ecológica del ambiente considerado
- Medidas de gestión y restauración que los gestores deciden aplicar

Este trabajo analizará los efectos de acuerdo con las diferentes dimensiones del desarrollo sostenible (económico, socio-cultural y ambiental).

3. GENERALIDADES DEL DEPARTAMENTO DE LA GUAJIRA.

Ilustración 1. Panorámica del departamento de La Guajira.



Fuente: (Colombia-SA)

El departamento de La Guajira, se encuentra situado sobre el Mar Caribe. Está localizado en el extremo norte del país. Tiene una extensión de 20.848 Km², que representan el 15,25% de la Región Caribe colombiana (la cual cuenta con 151.118 km²) y el 1,76% de la superficie total del país (que tiene 1´141.748 Km²).

La diversidad del departamento incluye aspectos geográficos como la topografía, que se ven reflejados en la vegetación, fauna, temperaturas y climas. En este territorio se encuentran pisos térmicos que van desde el nivel del mar hasta zonas de paramos. Esto hace que el departamento tenga tres regiones naturales bien definidas: Alta, Media y Baja Guajira (Desarrollo Guajiro, 2010).

Este departamento aloja la mayor cantidad de indígenas del país (20,2%), conformada por miembros de los pueblos Wayuu, Ika, Wiwa y Kaggaba, todas estas etnias con una fuerte tradición cultural. La población indígena conforman el 46% de la población guajira, y los afro-descendientes representan el 8.2%. (Gobernación de La Guajira , 2012)

4. METODOLOGÍA

En muchas circunstancias, el turismo surge sin un modelo de planeación y ejecución, trayendo consigo diversos efectos. Para determinar esos efectos en La Guajira, específicamente sobre las comunidades indígenas Wayuu allí residente, surgió este trabajo de investigación.

Con el propósito de lograr lo anterior se realizaron varias tareas:

- Se estudió el contexto de la población objeto de estudio, encontrándose que la mayor concentración de población indígena y prácticas de actividades etno-turísticas se concentran en tres municipios del departamento: Riohacha, Maicao y Uribia, por lo cual fueron estos municipios los que se escogieron para ser estudiados.
- Se revisaron estudios similares realizados en otros lugares del planeta, dos documentos que vale la pena mencionar son: "*Impactos sociales del turismo en el Centro Integralmente Planeado (CIP) Bahías de Huatulco* (Mendoza, Monterrubio, & Fernández, 2011) y el trabajo *Indicadores sintéticos de turismo sostenible: Una aplicación para los destinos turísticos de Andalucía* (Blancas, González, Guerrero, & Lozano, 2010)
- Posteriormente se analizó la Norma Técnica Sectorial Colombiana sobre Destinos Turísticos de Colombia - Requisitos de Sostenibilidad (NTS-TS-001-1), específicamente en lo que se refiere a los Requisitos Ambientales, Socio-culturales y Económicos (ICONTEC, 2006);
- Con la información anterior, se procedió al diseño de una encuesta, cuya escala utilizada fue tipo Likert (cada ítem fue creado con 3 opciones de respuesta), que se construyó para medir la actitud positiva o negativa acerca de un referente.
- Se procedió al trabajo de campo, tomando como muestra personas de diversas actividades turísticas: alojamiento, restaurantes, comerciantes y comunidad, entre otros; a quienes se aplicaron los instrumentos de recolección de información.
- Finalmente, se procedió al análisis de la exploración realizada para determinar la percepción de los efectos del turismo en La Guajira. Para ello se determinó el porcentaje - para cada variable - de personas que contestaron de acuerdo a la clasificación, para determinar los principales efectos. La segunda metodología y buscó cuantificar el "tamaño del efecto neto" para clasificarlo como positivo o negativo; eso se logró, multiplicando los clasificados como efectos positivos por 1, los efectos negativos por -1 y los efectos neutros por cero, para luego sumarlos en un solo número, tal como se indica en la ecuación:

$$Efecto\ neto = Positivo * 1 + Neutro * 0 + Negativo * -1$$

Luego de determinar dicho valor, se procedía a clasificar cada variable en una de las tres posiciones (Efecto positivo, neutro o negativa), para lo cual se buscó normalizar los resultados, tomando el número promedio como centro de la

normalización y las colas como efecto positivo o negativo, dependiendo el extremo de la misma.

Vale la pena aclarar que dada la manera que se recolectó la información, se puede decir que este es un estudio de percepción o apreciación, en el que se evalúan aspectos ambientales, económicos y socio-culturales, que busca determinar los efectos del etnoturismo en términos de esas dimensiones para el departamento de La Guajira y dado que es un primer acercamiento a dicha realidad.

5. EVALUACIÓN DE EFECTOS DEL TURISMO EN LA GUAJIRA

La encuesta diseñada para la evaluación de los efectos del turismo en La Guajira se realizó a 92 personas, distribuidas así: 50% de Riohacha, 28% de Maicao y 22% de Uribía. Dentro de la muestra el 21% se dedica a actividades de alojamiento, el 15% fueron agencias de viajes, el 14% restaurantes, el 11% a personas de la comunidad indígena, fueron los grupos más representativos.

5.1. El Efecto Sociocultural

De acuerdo con los resultados sobre los efectos socio-culturales, los efectos positivos se presentan principalmente en el área de Estructura de la población local principalmente en las variables *Porcentaje de población joven* y *Variación de la población*; seguido por el área de Conservación del Patrimonio Cultural, en particular el *Número de fiestas y costumbres conservadas*. También, de acuerdo a la percepción de los encuestados y con la metodología de valoración utilizada que las variables *Porcentaje de población extranjera, Esperanza de vida* y *Porcentaje de población en niveles de educación secundaria* se han considerado que están incluidas como parte de los efectos positivos.

Al mismo tiempo, en los impactos negativos se puede inferir que la variables *Dotación de aseos y duchas en las playas* es el más fuerte impacto negativo, seguida de las variables *Fondos destinados a la rehabilitación de edificaciones* y *Fondos destinados a la mejora del entorno urbano físico* que pertenece al área Mejora del paisaje urbano. Por último estuvieron las variables *Dotación de servicios de seguridad y emergencias en las playas, Número de guías expertos en interpretación* y *Concentración de población por superficie.*

Finalmente, cuando se indagaba sobre las variables de mayor importancia en el impacto, las variables seleccionadas están relacionadas con el área de Efectos socio culturales del turismo en la comunidad residente (específicamente las variables *Dotación de centros de salud, dotación de droguerías* y *dotación de aseos y duchas en las playas*), Seguridad pública local y Conservación del patrimonio cultural (*Sitios designados bajo protección cultural*, e *Intensidad del uso del patrimonio*)

Las variables que son catalogadas como de mayor importancia y al mismo tiempo están reflejando un efecto negativo (*Dotación de aseos y duchas en las playas* y *Dotación de*

servicios de seguridad y *emergencias en las playas*) significa la urgente necesidad de tomar medidas en el asunto pues son -bajo la perspectiva de los encuestados - áreas sensibles sobre las cuales debe trabajar el departamento para buscar que éste sea un destino sostenible.

5.2. El Efecto Económico

Con relación a los efectos económicos positivos principalmente se presentan en el área *Beneficios económicos para la comunidad y el destino,* en particular en las variables *Número de turistas recibidos*, e *Ingresos generados por el turismo*. Por su parte, la variable *Nuevos empleos generados por el turismo*, de acuerdo con la metodología aplicada queda en el borde de ser clasificada también como un efecto positivo del turismo en el departamento.

Si además se utiliza otra metodología de valoración: el porcentaje de participación, entonces el área de Mantenimiento de la satisfacción de los turistas se mantendría como efecto positivo, pues variables como *Porcentaje de turistas que regresan a visitar el destino* participa con un 60% y *Satisfacción del turista en las visitas a las comunidades* con un 59%. Lo mismo sucedería con el área de *Oferta de variedad de experiencias*, en la cual la variable *Diversidad de lugares para consumir alimentos* impacta positivamente con un 58%; por último el área de Transportes relacionados con el turismo, en la que las variables *acceso a través de carreteras es* impactado positivamente con un 53%, *dotación de vehículos de transporte de viajeros* con un 52% y *la calidad en la red de carreteras para el transporte público* con 48%.

Respecto a los impactos negativos, es el área de Oferta de variedad de experiencia con los ítems *dotación de oficinas de información turística* y empresas de servicios de oferta eco-turística complementaria, los clasificados como negativos. Lo cual se corrobora al trabajar con porcentajes, en la que la variable *dotación de oficinas de información turística* es clasificada como tal, por un 56%, la *existencia de promoción de páginas web propias* con un 31% y las *empresas de servicios de oferta eco-turística complementaria* con un 31%.

Las variables económicas clasificadas como de mayor importancia pertenecen al área de Beneficios económicos para la comunidad y el destino, área en la que dos de sus variables coinciden con los principales efectos positivos. Ello podría significar que el efecto del turismo bajo la dimensión económica es positivo, por cuanto las variables de mayor importancia son valoradas como que contribuyen positivamente a la comunidad.

5.3. El Efecto Ambiental.

El turismo en la Guajira ha traído efectos negativos en la dimensión ambiental, principalmente en las áreas *de Disponibilidad y gestión del agua* y *Aguas residuales, Gestión de Residuos Sólidos, Contaminación atmosférica, Gestión Ambiental y Erosión de Playas.*

En lo referente al área de Gestión del impacto visual, la *conservación del paisaje del destino* tiene un impacto positivo del 63%, seguido por el área de Protección de ecosistemas donde el *valor ecológico percibido de las zonas naturales* tuvo un impacto positivo del 59% y *la superficie natural protegida* con un 55%. El área de intensidad de uso donde los ítems *intensidad de uso de las zonas naturales* tuvieron un impacto positivo del 57%.

Los resultados de este trabajo permiten ver que los habitantes de La Guajira establecen que el turismo ha generado beneficios económicos gracias a empleos generados; no perciben que exista relación entre el turismo y problemas de tipo socio-cultural; lo que sí es claro es que perciben graves efectos ambientales sobre su territorio. La actividad turística causa al mismo tiempo impactos positivos y negativos, tanto en las dimensiones ambiental, sociocultural y económica; de forma tal que resulta fundamental para el éxito de los proyectos turísticos la realización de este tipo de trabajos de evaluación de efectos del turismo que como auditorías puedan evaluar los problemas surgidos con respecto a la actividad turística.

Finalmente, la gran conclusión y de acuerdo con las palabras del mismo Maldonado:

> "*El turismo no es una actividad inocua, pues siempre y por doquiera genera cambios en las sociedades en donde se implanta. El turismo es una actividad ambivalente, pues supone ventajas y perjuicios, algunos de ellos irreversibles, en particular cuando interviene en ecosistemas frágiles y en sociedades vulnerables*". (Maldonado, 2005)

6. CONCLUSIONES

La Guajira, no es sólo un destino rico en biodiversidad, asimismo se ha confirmado que es un importante destino cultural donde se ha logrado posicionar el etnoturismo como actividad alternativa y uno de los principales atractivos para visitar el departamento. Con este trabajo se concluye que en La Guajira, existe una gran oportunidad para desarrollar estas actividades que contribuirá a la mejora del bienestar en las comunidades.

El desarrollo turístico no debe suponer la sobreexplotación del medio natural provocando daños irreparables al medio ambiente; por tanto se debe analizar cuidadosamente la capacidad de acogida que puede atraer el turismo al destino, especialmente en municipios que sufren por necesidades básicas como acceso a servicios públicos como agua, alcantarillado, acueducto, lo que los hace particularmente sensibles sobre este tipo de variables ambientales. Mediante la realización de las encuestas se ha observado que el turismo ha tenido efectos negativos sobre el medio ambiente que en algunos casos podrían traer daños irreversibles.

El reconocimiento del pasado cultural de la etnia Wayuu, es una actividad que representa para el departamento el fortalecimiento del turismo y su identidad la cual es muy valorada

y respetada por los turistas actualmente. El etnoturismo ayudará no sólo con el fortalecimiento cultural; sino que también servirá para la conservación de la cultura, y así impedirá que muchos pueblos pierdan parte de su cultura o de su esencia, sin que ello signifique que la cultura no se transforme, porque como han manifestado algunos miembros de la comunidad Wayúu, es que *no son los mismos de antes, pero eso es normal, porque los tiempos cambian*.

Se observan beneficios asociados al aumento del nivel de ingresos, la generación de empleo, mejoramiento de infraestructura local, intercambios culturales, contribución a la preservación y conservación de la costumbre y cultura, y a la conservación del medio ambiente. De acuerdo a este análisis de caso, se pudo comprobar, que el turismo es la base para el desarrollo de algunas zonas donde es el turismo su principal fuente de ingresos.

BIBLIOGRAFÍA

Blancas, F. J., González, M., Guerrero, F. M., & Lozano, M. (2010). Indicadores Sintéticos de Turismo Sostenible: Una aplicación para los destinos turísticos de Andalucía. *Revista Electrónica de Comunicaciones y Trabajos de ASEPUMA. Rect@, 11*, 85-118.

Colombia-SA. (s.f.). Obtenido de La Guajira, Colombia, América del Sur: http://www.colombia-sa.com/departamentos/guajira/guajira.html

Desarrollo Guajiro. (16 de Abril de 2010). Obtenido de La Guajira: http://desarrolloguajiro.wordpress.com/

Ecointeligencia. (15 de Febrero de 2013). *Ecointeligencia*. Obtenido de Las 10 definiciones ecointeligentes que debes conocer: http://www.ecointeligencia.com/2013/02/10-definiciones-sostenibilidad/

Ferrel, W. G. (2009, ciudad de Santa Cruz). *WWW.TurismoRuralBolivia.COM*. Recuperado el 2013, de EXPERIENCIAS Y DESAFÍOS: http://www.turismoruralbolivia.com/img/VentaCD3er.SeminarioTRB.pdf

Gobernación de La Guajira . (2012). *Plan de Desarrollo Departamento de La Guajira 2012-2015 "La Guajira Primero"*. Riohacha: Planeación Departamental.

ICONTEC. (2006). *Norma Técnica Sectorial Colombiana sobre Destinos Turísticos de Colombia - Requisitos de Sostenibilidad (NTS-TS-001-1).* Bogotá: MINCIT - MAVDT - Viceministerio de Turismo y Universidad Externado de Colombia.

Maldonado, C. (2005). *Pautas Metodológicas para el Análisis de Experiencias de Turismo Comunitario.* Ginebra: Organización Internacional del Trabajo.

Mendoza, M. M., Monterrubio, J. C., & Fernández, M. J. (2011). Impactos sociales del turismo en el Centro Integralmente Planeado (CIP) Bahías de Huatulco, México. *REDALYC*.

Tinoco, O. (2003). Los Impactos del Turismo een el Perú. *Producción y Gestión*, 47-60.

EL IMPACTO DEL TURISMO EN LAS COMUNIDADES LOCALES: UN TEMA PENDIENTE

Turismo y cooperación internacional: la experiencia de construir una investigación norte-sur en el Perú

Dr. Samuel B. Morales Gaitán[*]
Lieve Coppin [**]

[*] *Andar&Ego Consultores.San Sebastián Tutla, Oaxaca, México.*
[**] *Consultor internacional y profesor visitante UNALM. Lima. Perú*

RESUMEN

El presente trabajo recupera y analiza a partir de un ejercicio *ex-post*, los aprendizajes del diseño y ejecución de una investigación en el campo del turismo por encargo de la cooperación internacional. El objetivo central consiste en reflexionar sobre las implicaciones del trabajo entre la cooperación internacional y los países receptores de ayuda . Para ello, se toma como caso de estudio el proyecto denominado “Investigación preliminar?? exploratoria sobre el desempeño del turismo desde el punto de vista de una economía verde e inclusiva”, contratado por la sede central de la Cooperación Técnica Alemana (GIZ) e implementada en dos destinos turísticos en el Perú, entre noviembre de 2012 y Junio de 2013, del que ambos autores fueron parte.

Dicho proyecto buscó identificar los alcances del turismo como herramienta de inclusividad y sustentabilidad. Uno de sus objetivos específicos era desarrollar indicadores para monitorear los impactos del turismo en términos económicos, sociales y ambientales. El trabajo utilizó el análisis secundario y el levantamiento de datos a través de encuestas y entrevistas de profundidad, movilizando turistas, propietarios y gerentes de hoteles, autoridades locales, así como encuestadores y consultores internacionales y locales, entre otros.

Las principales conclusiones se refieren a tres aspectos: 1) la fallida sustentabilidad del turismo; 2) la fuerte complejidad para desarrollar modelos de estudio que concilien los intereses “Norte-Sur”, y; 3) la escasa apropiación de las metodologías y discusión sobre los aprendizajes.

Palabras clave: Perú, Cooperación internacional, impactos del turismo, red de actores, inclusividad.

ABSTRACT

This document retrieves and analyzes ex post facto the lessons learned from the design and implementation of a tourism research project on behalf of the international development cooperation. The main objective is to reflect upon practices among donor and recipient countries. The case study being used is called "Scoping Study on the performance of

tourism and other sectors from the point of view of an inclusive green economy " and was contracted by the German Technical Cooperation (GIZ) head office in Germany.

This research seeks to examine the scope of tourism as a tool of inclusiveness and sustainability and has been carried out in two Peruvian tourist destinations, between November 2012 and June 2013 with the participation of both authors.

One of its specific objectives was to develop a set of indicators to monitor the tourism´s impacts on economic, social and environmental aspects. The work used secondary analysis and data gathering through surveys and in-depth interviews, mobilizing tourists, hotel owners and managers, local authorities, as well as interviewers and international and local consultants, among others.

The main results relate to three aspects: 1) the lack of sustainability in tourism; 2) the inherent complexity to reconcile models derived from "North-South" interests, and; 3) the limited appropriation of methodologies and discussion of its findings.

Keywords: Peru, International Cooperation, Tourism impacts, Actor networks, Inclusiveness,

1. INTRODUCCIÓN

Opino que deberíamos poner a la disposición de los pueblos amantes de la paz los beneficios de nuestro acervo de conocimientos técnicos para ayudarles a alcanzar sus aspiraciones a una vida mejor. Y en colaboración con otros países, debemos fomentar el desarrollo en las regiones necesitadas.

(Discurso sobre el estado de la Unión. Harry Truman, 1949, en Rist 2002)

Desde la Conferencia de Roma en 1963, la participación de la cooperación internacional (CI) en temas de turismo se incrementa. Si bien con una serie de altibajos debidos a movimientos políticos y objetivos cambiantes, el turismo como herramienta de desarrollo -hoy etiquetado como sustentable- se ha convertido en política de estado y oportunidad para que los organismos internacionales construyan alrededor de él muchas de sus estrategias. Recientemente incorporado como tema de estudio (alrededor de quince años), el binomio turismo-cooperación internacional es tema de análisis crítico desde algunos espacios académicos (Hummel y van der Duim 2012, Gascón 2013, Palomo 2011, Asensio y Pérez Galán 2012, Coppin y Morales 2014), mientras en el discurso dominante es motivo de apología, por el que se considera su aporte a la mejora de calidad de vida, sobre todo en poblaciones en condiciones de pobreza o “en desarrollo”.

El objetivo central de este trabajo es presentar una visión alternativa: no a favor, no en contra, sino de co-responsabilidad en la ejecución de un proyecto, es decir, desde la propia experiencia. A pesar del fuerte contenido autobiográfico, el marco general de esta observación se ha apoyado en la teoría del Actor-Red (Latour 2001, 2008, Law 2009), por permitir visibilizar la participación de los actores más allá del espacio geográfico e insistir en la necesidad de ir más allá del *qué*, para describir *cómo* se desarrollan los procesos, quiénes actúan y la manera en que los involucrados construyen *su* realidad (análisis del

discurso). En ese sentido, el texto se centra en contar *cómo se* vivió en campo, una investigación financiada por la agencia de cooperación alemana (GIZ), ejecutada en dos destinos turísticos: Cusco y Puerto Maldonado. Se considera que este trabajo puede aportar al debate sobre la planeación, ejecución y transferencia de los proyectos de CI en los países "en desarrollo".

2. ANTECEDENTES

El diccionario de la Real Academia Española describe *cooperar* como "Obrar juntamente con otro u otros para un mismo fin." Como lo acota el epígrafe al inicio de este documento (memorable discurso del presidente estadounidense Harry Truman), la justificación principal para la existencia de la cooperación internacional es "obrar juntamente". Más allá del fin de la Guerra Fría y de que las relaciones Norte-Sur sean -o no- más simétricas en la actualidad, una lectura entre líneas muestra que los países con mayores posibilidades económicas usan la cooperación internacional también como vehículo de circulación de sus políticas y herramienta de posicionamiento geopolítico[1]. Este marco posibilita a las naciones establecer alianzas y recibir apoyo de otras. La GIZ (aproximadamente 10 mil empleados), por ejemplo, es una empresa federal que asiste al Gobierno de la República de Alemania en su labor para alcanzar sus objetivos en el ámbito de la cooperación internacional para el desarrollo sostenible. La actividad bilateral que desarrolla en el Perú por encargo del Ministerio Federal de Cooperación Económica y Desarrollo (BMZ) de Alemania se centra en tres áreas: Democracia, sociedad civil y administración pública; agua potable y saneamiento; desarrollo rural sostenible, gestión de los recursos naturales y cambio climático. Dentro de cada concepto subyacen otros, como es el caso del turismo.

Por la forma de ejecución de los proyectos se pueden señalar tres modalidades: intervenciones directas hechas a través de sus más de 50 oficinas en distintos paises; intervenciones deslocalizadas, llevadas a cabo por consultores contratados por las oficinas centrales, e intervenciones indirectas, realizadas a través de terceros y financiadas por esta organización.

La GIZ considera al turismo una herramienta potencial para combatir la pobreza y generar desarrollo sustentable. Hasta la fecha ha publicado dos manuales (2007, 2014) sobre sus intervenciones en el tema. La última publicación ofrece una mirada crítica y lineamientos prácticos para consultores locales e internacionales. Para febrero del 2015 la gran mayoría de los proyectos relacionados con turismo no tiene al turismo como eje central sino como un componente más y América Latina no esta entre sus prioridades.[2]

En Perú las intervenciones de la GIZ en turismo han sido pocas y representan inversiones mínimas. Una de ellas es una intervención directa, desde el Programa de Desarrollo Rural Sostenible y otras dos deslocalizadas, desde el proyecto sectorial llamado "Desarrollo sustentable a través del turismo", creado en 2003 por las oficinas centrales. Estas últimas fueron proyectos piloto relacionados con temas de sustentabilidad, reducción de pobreza y cadenas de valor. El caso presentado es uno de ellos.

---

[1] "Con mayores posibilidades económicas" es un término relativo y dependiente del socio comercial con quien se le compare: México, por ejemplo, recibe CI de Estados Unidos, Europa, Japón y otros países "desarrollados",mientras que a su vez facilita CI a Estados vecinos como Guatemala o Nicaragua. Para un estudio crítico del desarrollo, es muy interesante el análisis de los planteamientos de Gilbert Rist (2002).

[2] Para febrero del 2015, se están implementando en el mundo más de 40 proyectos que incluyen un componente del turismo o el potencial de promoverlo. Solo 3 de ellos, en AL. (http://www.giz.de/expertise/html/6503.html).

3. EL PROCESO DEL DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

En noviembre de 2012 uno de los autores recibió una invitación para participar en una investigación cuyo fin era analizar el aporte del turismo como “economía verde e inclusiva”, frente a otros sectores económicos. Además de dar continuidad a otros estudios similares realizados en otros países por la GIZ esta comparación, buscaba medir la huella de carbono y contrastar toda la data entre dos países de Latinoamérica.

El planteamiento inicial del estudio, consistía en demostrar que el turismo como sector ofrece un potencial aun no aprovechado, en particular en países donde las decisiones para asignar recursos limitados son claves, como es el caso de los países en desarrollo. Esta consultoría debería generar información detallada e indicadores que permiten demostrar la eficiencia del turismo para lograr un equilibrio mas adecuado entre la eco huella y el impacto positivo. La metodología propuesta contemplaba la aplicación de una serie de pasos establecidos desde la recolección de datos a la aplicación de instrumentos y su comparación con otros sectores.

Frente a la imposibilidad de satisfacer estas demandas por la carencia de data, tiempo y presupuesto, se acordó construir una nueva propuesta y someterla a discusión. Una primera versión fue presentada de forma digital y se tuvo inclusive una reunión en Europa con el contratante. El líneas generales, ésta consistió en realizar un trabajo de campo en un sólo país, pero en dos destinos diferentes y se propuso una mirada desde las redes de actores (a partir de Latour 2001, 2008), una propuesta distinta y que permitía abarcar el caso desde una visión muy amplia, si bien focalizada en casos de estudio y no en una muestra estadística pura.

Se planteó analizar las cadenas de valor de una serie de hoteles representativos: el levantamiento de información se haría a través de encuestas a proveedores, trabajadores y visitantes, así como de entrevistas con representantes de la institucionalidad de turismo. La data recabada serviría para construir indicadores y extrapolar los resultados a nivel regional y nacional. La propuesta fue presentada y aceptada por el contratante como una alternativa novedosa a lo hecho en otros países.

No obstante, para no perder los temas centrales, los guiones de preguntas y cuestionarios se elaboraron considerando los trabajos realizados por GIZ en Montenegro, Túnez y República Dominicana, aunque esto fue complicado pues su metodología y enfoque eran distintos: su orientación era medir el impacto económico, principalmente de cadenas hoteleras internacionales. El temor principal era que ese tipo de información pudiera no estar disponible entre pequeños y medianos propietarios peruanos, mientras que las grandes cadenas se cuidarían de compartirla.

Un aspecto adicional en el proceso fue la preocupación de los consultores contratados de hacer un trabajo que capitalizara el aprendizaje y creara sinergias para su réplica y continuidad. Por estas razones se formaron equipos locales con consultores junior en cada sitio, y el personal que hizo el levantamiento de la información fue contratado *in situ*, algo un poco más complejo por exigir capacitación, monitoreo y *backstopping* no contemplados inicialmente.

4. EL TRABAJO DE CAMPO Y LOS RESULTADOS OBTENIDOS

Para el trabajo de campo se tomaron como muestra 8 alojamientos en cada uno de los destinos y se encuestaron 750 turistas, 111 trabajadores, 44 empresas proveedoras de hoteles y 41 empresas prestadoras de servicios. Se tuvieron además entrevistas con una docena de responsables de instituciones públicas y privadas.

Los resultados sacaron a la luz una serie de datos -invisibles desde la observación cuantitativa- que no permitían comprobar la apreciación del contratante, de que el turismo (en particular la hotelería de nivel internacional) tenía mayores efectos positivos que negativos. De hecho, algunos hallazgos mostraban que el sector no proponía nuevas alternativas, sino que -salvo algunos aislados e interesantes ejemplos que muestran que es posible avanzar en otro sentido- en general reproducía las condiciones de impacto ambiental y explotación bajo las que operan otros sectores económicos. Se constató también que la data recabada en hospedajes, tanto desde la plataforma gubernamental de captura de información, como la manejada por los empresarios de forma interna, es muy elemental y de acceso limitado.

Tampoco se observaron políticas públicas que enfrentaran los desbalances sociales y ambientales . En ambos sitios, por ejemplo, es notorio el elevado nivel de informalidad: más del 80% de las empresas de hospedaje y restaurantes carecen de categorización. Pocas agencias de viaje están legalmente instaladas y tienen personal capacitado. Una queja persistente en Puerto Maldonado era que la mayoría de las empresas reciben a sus clientes en el aeropuerto y los trasladan directamente a sus instalaciones, disminuyendo la capacidad local para aprovechar estas visitas.[3]

Por otro lado, el relevamiento de información de turistas fue muy lento, por haberse iniciado la investigación en la temporada más baja del año, una situación que a pesar de haber sido señalada era imposible de modificar. Este escenario complicó también la entrega de los avances de la investigación para su presentación en el World Economic Forum (WEF) de mayo de 2013, en Lima, una de los requerimientos del contratante.[4]

Para el análisis de la data se crearon tipologías de alojamiento para cada sitio. De cada una se evaluaron tres aspectos: económico: promedios de gasto, consumos y compras adicionales, porcentajes aproximados de consumo local, nacional e importaciones, utilización de los sueldos de la planta laboral, e inversión en capacitación; medioambiental y patrimonial: relación con la conservación, consumo de agua, ecoeficiencia, tratamiento de aguas servidas y consumo per cápita de agua, y; entorno social: calidad de las prácticas laborales, derrama económica local, y relación empresa - comunidad local.

Finalmente, se propusieron ocho indicadores que a su vez posibilitarían las comparaciones con otros sectores económicos. La intención inherente era también que su implementación permitiera a los actores comprender el manejo de indicadores y su importancia, dándoles así la oportunidad de mejorarlos y afinarlos en el mediano plazo. Para ello se podrían crear grupos de trabajo entre academia, empresariado y autoridades locales. Los indicadores se

[3] Esto no implica que el turismo no genere un impacto económico: las empresas consumen productos en la localidad, sin embargo las empresas concentran los servicios y en general compran únicamente perecederos

[4] El evento era tan importante, que incluso el contratante envió a un consultor internacional para asegurar que se contara con data apropiada para el informe que presentaría y apoyar con el levantamiento. Sin embargo, en dicho evento, el contratante presentó un documento que en la visión de los consultores hacía una interpretación muy alejada y aún superficial de las observaciones de campo hechas hasta entonces. Éste fue un primero –y duro- desencuentro entre los responsables del proyecto y el contratante.

dividieron en tres subtemas que se agregarían a los económicos (ingresos por ventas, pernocte, etc.) y son los siguientes: de participación en el desarrollo económico local: desarrollo de proveedores locales y porcentaje de compras locales; de inclusión social: clima laboral, vinculación académica, asociatividad, y construcción del destino; De orientación hacia una economía verde: consumo de agua por cliente, innovación y energía, y reducción de combustibles fósiles.[5]

5. SITUACIÓN *EX-POST* Y REFLEXIONES FINALES

A pesar de que al inicio de la investigación se contara con una amplia flexibilidad para proponer el modelo de estudio, en la medida que ésta avanzó se constató una divergencia de opiniones entre contratante y contratado: mientras de un lado el estudio cualitativo mostraba que en las zonas de estudio, el turismo no permitía probar sus atributos como herramienta para generar crecimiento económico con inclusividad sin impactar en el medio ambiente, del otro parecía haber solo el interés de realizar un análisis cuantitativo para *comprobar* los beneficios del turismo. Al final, la presión inicial para obtener data antes del Foro Económico Mundial se transformó en nula comunicación una vez que éste sucedió.

En los meses siguientes, a pesar del modelo de investigación consensuado, la escasa retroalimentación y la pérdida de una visión compartida contribuyeron al deterioro de la confianza. El mutismo se tradujo en el "congelamiento", durante casi un año, de la posibilidad de entrega de hallazgos a los participantes (compartirlos sin autorización formal está explícitamente penado), una promesa hecha al inicio de la consultoría. Como consecuencia, la retroalimentación fue casi inexistente y no se ha realizado ningún trabajo de divulgación, mucho menos esfuerzos para hacer algún tipo de transferencia o continuación de la investigación con contrapartes locales.

Dado que el turismo es concebido –en general- por la institucionalidad internacional como una actividad positiva, a la que casi basta administrar para obtener sus mejores resultados, es posible que la visión crítica de la investigación se enfrentara a esta percepción, pues a pesar de que *a primera vista* es menos dañino que las actividades extractivas cuando éstas no cumplen con determinados parámetros, se desconoce con certeza cuánto más o menos. Demostrarlo requiere de un análisis pormenorizado, de largo plazo y sobre todo, de una metodología hasta ahora inexistente en el Perú. Construirla no era, claramente, el objetivo del contratante. Y los consultores erraron al pensar que el estudio podría haberse convertido en algo más.

Las condiciones de los casos de estudio mostraron que existen aún muchos impedimentos para asegurar que el turismo es más *verde e inclusivo* que otros sectores económicos: si no se cuenta con una serie de indicadores ligados a la sustentabilidad, todo se convierte en una lucha entre las *realidades* de los actores.

Más allá de los resultados de la investigación, el objetivo de este trabajo ha sido compartir el proceso de su ejecución y también mostrar que más allá del análisis cuantitativo, la investigación cualitativa también permite generar nuevas ópticas sobre los fenómenos: es claro que el turismo tiene un impacto en las comunidades receptoras de Cusco y Puerto

---

[5] El estudio completo puede ser visto en: https://www.academia.edu/11026996/El_turismo_como_econom%C3%ADa_verde_e_inclusiva._Dos_casos_de_estudio_en_Per%C3%BA_Cusco_y_Puerto_Maldonado

Maldonado, sin embargo éste no es sólo positivo o negativo. La metodología muestra que estos son desiguales y que es importante analizarlos desde casos concretos. Este texto realiza un ejercicio en ese sentido, intentando sintetizar aprendizajes desde la consultoría y la academia en un modelo que parte desde el análisis de redes de actores.

¿Es posible realizar trabajos *conjuntamente* con la cooperación internacional y mantener una línea de investigación independiente y crítica? Sí, aunque no es un ejercicio fácil: como en la academia o en la consultoría, al interior de la CI existe también una multiplicidad de actores y visiones. El reto está en construir modelos y alianzas que ofrezcan una mirada de largo plazo y respondan a las necesidades del espacio de estudio. El trabajo conjunto debería permitir que el conocimiento académico pueda ser llevado a la práctica por cooperantes y actores en campo, para luego convertirse en nuevos aprendizajes que a su vez volverán a las mesas de debate universitario. Sin ello, la cooperación internacional corre el riesgo de ser únicamente estrategia de geopolítica y alejarse de su objetivo de bienestar y desarrollo humano.

BIBLIOGRAFIA

Asensio R., Pérez B. 2012 (editores). *¿El turismo es cosa de pobres? Patrimonio cultural, pueblos indígenas y nuevas formas de turismo en América Latina.* IEP y Colección PASOS edita, Nº8, Serie TURISMO, nº 4.

Coppin L. Morales S. 2014. Los proyectos de turismo de cooperación internacional: ¿para qué y para quiénes? En *Anais brasileros de estudios turísticos.* V.4, N.3, P.55 - 68, set./DEZ. 2014.

Gascón J., Morales S., Tresseras J (editores). 2013. *Cooperación en turismo. Nuevos desafíos, nuevos debates*. Barcelona.

GTZ. 2007. *Tourism as a field of activity in German Development Cooperation. (*Beyer M., Hausler N. & Strasdas W. 2007) GTZ. Germany.

GIZ. 2014 *Tourism Planning in Development Cooperation: A Handbook* (Beyer M.) http://www.giz.de/expertise/downloads/giz2014-en-tourism-handbook.pdf (acceso 22/07/2015)

Hummel, J.; van der Duim, R. 2012. Tourism and development at work: 15 years of tourism and poverty reduction within the SNV Netherlands Development Organisation. *Journal of Sustainable Tourism,* v. 20, n. 3, p. 319-338.

Latour B. 2001. *La esperanza de Pandora. Ensayos sobre la realidad de los estudios de la ciencia.* Gedisa, España.

_________ 2008. *Reensamblar lo social –una introducción a la teoría del actor-red.* [2005] Manantial, Buenos Aires, Argentina.

Law J. 2009. Actor Network Theory and Material Semiotics. En *The New Blackwell Companion to Social Theory*. Brian S. Turner (Ed.). UK, Wiley-Blackwell Publishing Ltd.

Morales S. 2014. *La institucionalización del turismo sustentable en el espacio rural. Discursos, redes, actores y prácticas. Los casos de Tafí del Valle y el Valle del Colca.* Tesis doctoral (sin publicar, en evaluación), FLACSO Argentina.

Palomo S. 2003 *El turismo y la cooperación al desarrollo.* En línea (http://www2.ub.edu/cultural/turcoop/PALOMO.pdf) Acceso 22/07/2015

Rist G**.** 2002. *El desarrollo: historia de una creencia occidental*. Ed La Catarata, Madrid, España, 313 pp.

Van der Duim R. 2005. *Tourismscapes: an actor-network perspective on sustainable tourism development* (Tesis doctoral publicada) Supervisors: Prof. Dr. J. Lengkeek; Prof. Drs. N.W. Visser. Wageningen University.

EL IMPACTO DEL TURISMO EN LAS COMUNIDADES LOCALES: UN TEMA PENDIENTE

Turismo y Sociedad: Caso Guanajuato

Dra. Mónica Isabel Mejía Rocha
Dra. Gloria Amparo Miranda Zambrano

Universidad de Guanajuato, México.

RESUMEN

El desarrollo de la actividad turística en el municipio de Guanajuato - México se ha incrementado considerablemente en los últimos años, así lo dicen las cifras oficiales recurrentes. Ocasionalmente y de manera aislada se han realizado estudios acerca de la percepción de la población local de este municipio sobre el desenvolvimiento de dicha actividad y de los impactos que esta genera en su entorno. Resulta ante este crecimiento, la imperiosa necesidad de realizar estudios que identifiquen acerca de los elementos de la sociedad que se están afectando esto a fin de prever posibles efectos irreversibles y negativos para la comunidad anfitriona. El presente trabajo, de tipo exploratorio y descriptivo pretende identificar la percepción del habitante de la ciudad de Guanajuato sobre los impactos que el turismo genera en su entorno. Dentro de los resultados se logró identificar que el residente de este destino turístico percibe ciertos efectos tanto positivos como negativos del turismo, siendo entre otros: generación de empleo con una participación significativa de las mujeres, elevación de precios, inseguridad e incremento de basura, lo anterior, en proporción al incremento del turista o visitante en su ciudad.

Palabras clave: Turismo, sociedad, impactos, empleo, ciudad

ABSTRACT

The development of tourism in the city of Guanajuato has increased considerably in recent years, showing the invention of events, festivals or cultural and sporting activities such seemingly excessive burden on the local resident. It is important to identify the elements of society that are affecting this in order to prevent possible irreversible and negative effects on the host community. This work, explain the results obtaining after the field research and documentary exposes how tourism impacts on stakeholders of the city of Guanajuato in order to identify areas of opportunity and development on this activity planning. Some of the results presented in the document relate the development of tourism in the city of Guanajuato is shown over time in these iconic moments. Direct employment generation that occurs in the city as a result of the activity; this activity show the inclusion of the women in the tourism; the perception of citizens of the town to identify the perception of residents from their daily living. The tourism impact in generation of jobs in the city. The perception of citizens of the town to identify the perception of residents their daily living.

The results increased employment generation in this sector in the city and the activity participation of women in the tourist industry is observed. One of the general conclusions of the paper refers to the need for proper planning of activity in that city of Guanajuato, above to provide for a sustainable tourism development in an inclusive and conducive to the members of their society.

Keywords: Tourism, society, impacts, work, city.

1. INTRODUCCIÓN

La actividad turística como sistema contiene a su vez subsistemas que se impactan o trastocan de una u otra manera en el cual intervienen invariablemente personas y sociedades. En México, aun cuando es posible encontrar una basta y consistente base de estadísticas turísticas que ha permitido evaluar aspectos tales como la entrada de divisas, la participación del Producto Interno Bruto (PIB) y demás, sobre los efectos o impactos sociales y culturales que acarrea el turismo no se cuenta con la misma suerte si se toma como referencia el contexto internacional.

La opinión publica de los residentes de un destino resulta ser un elemento necesario para la planificación armónica de los productos turísticos (Branner, 2005). Varios antropólogos y sociólogos han calificado al turismo como el destructor de identidades regionales, resaltando sus efectos negativos (Jurado, 1992).

Durante la inauguración del Foro Turístico PYMES 2011, el coordinador de asesores de la Subsecretaría PYME en México aseguro que México se ubicó, en ese año, en el lugar 43 dentro del Índice de Competitividad Turística del Foro Económico Mundial y en la décima posición como destino turístico a nivel mundial. A nivel nacional el sector turismo representa la tercera fuente de ingresos de divisas en el país, siendo capaz de general un estimado de 7.5 millones de empleos directos e indirectos, un poco más de 50,000 empresas registradas en esta industria.

El crecimiento de la actividad turística en el municipio de Guanajuato es inminente, se ubicó en el mes de julio pasado como el sexto destino colonial más visitado del país, esta ciudad se integra junto a San Miguel de Allende y Dolores Hidalgo, como uno de los circuitos turísticos nacionales más ricos e interesantes en México para el visitante. En este año, esta ruta recibió 723 mil 786 turistas, con una ocupación promedio del 35 por ciento, en una estadía de 1.7 noches de hospedaje, recibiendo al menos 67 por ciento de las llegadas de estos turistas. El efecto de estacionalidad en este destino se ha atenuado de alguna manera con la incorporación de eventos en temporadas consideradas como bajas en la industria turística (Festival Internacional Cervantino, que se realiza regularmente en el mes de octubre y Rally México – WRC, *World Rally Championship*).

En el municipio de Guanajuato la actividad turística muestra la misma tendencia nacional en crecimiento mostrando siempre un incremento anual en sus visitantes. Según el Directorio de Unidades Económicas (DENUE- INEGI, 2015) el municipio de Guanajuato cuenta con 865 establecimientos de servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas. La mayoría de las empresas turísticas que se pueden observar en el municipio son en su mayoría medianas y pequeñas empresas.

Durante el mes de enero a septiembre del año 2014, el Observatorio Turístico del estado de Guanajuato estimó una derrama económica del turismo en la entidad por casi 52 mil 843.3 millones de pesos, esto del gasto realizado por 2 millones, 857 mil 944 personas. La ocupación hotelera también se favoreció, al mostrar un incrementó en el 2% de esta, en relación al mismo periodo del año anterior, alcanzando el 46 por ciento promedio de ocupación en los establecimientos de hospedaje. Durante los cinco primero meses del presente año, la derrama en esta entidad, se ha registrado en 29 mil 671.3 millones de pesos, mostrando un incremento de igual manera, la ocupación en un 6% en relación al año inmediato anterior (El Financiero, 2015).

Según la Organización Mundial del Turismo, los planificadores de la actividad turística deberán de considerar, el atender los requerimientos del visitante y del destino, es decir que el disfrute del turista deberá de resguardar en su práctica el patrimonio cultural, natural y social del destino receptor. Este organismo (Tarlombani, 2009), sugiere como necesario la determinación de indicadores para identificar y analizar los costos y beneficios tanto económicos como sociales del turismo en los destinos donde se desarrolla esta actividad.
En el Código de Ética del Turismo, establece los lineamientos que deberán de guiar el desarrollo de la actividad turística, a fin de reducir los impactos negativos del turismo entre las personas y sociedad, procurando el desarrollo y prosperidad de las comunidades en donde se desarrolla la práctica. En donde las comunidades receptoras, los órganos y los propios visitantes ejercen responsabilidad de acción para el logro de un turismo sustentable de manera diferenciada pero interdependiente.

Respecto a la participación del género femenino en esta industria, la OMT, en un informe sobre la a participación de las mujeres en el turismo en Berlín en el año 2011 informó que: las mujeres constituyen una proporción mayor en la mano de obra que opera en la industria turística a nivel mundial; que aun cuando las mujeres se encuentran bien representadas en el ámbito de servicios y administrativos, no lo es así en el desarrollo profesional; el salario para las mujeres en la industria turística, generalmente es relativamente menor en un 10% 0 15% en comparación con sus colegas masculinos; la línea patronal es dos veces más representada por los varones que por las mujeres en la industria turística, que de cada cinco representantes de organismos del turismo solo una es mujer; y que aun cuando en esta industria, las mujeres tienen mayor posibilidad para el trabajo independiente, existen menos mujeres graduadas en esta industria en relación a otras.

A pesar de los posibles acercamientos a su definición, los impactos sociales del turismo son difíciles de categorizar debido a que los límites de las dimensiones sociales, culturales, ambientales y económicas de las comunidades locales son difíciles de distinguir con precisión. Por lo tanto, para algunos, aspectos como los impactos del turismo en el empleo local pueden ser enlistados como un impacto económico, mientras que para otros, pueden ser analizados como un efecto social (Brunt y Courtney, 1999). Si bien las dimensiones del turismo no han sido definidas con precisión, varios esfuerzos se han realizado desde hace décadas para identificar los cambios que el turismo ha generado en las comunidades locales. En este trabajo se analizan diferentes elementos a fin de conocer la percepción del residente de la ciudad de Guanajuato acerca del desarrollo de la actividad turística en esta entidad.

2. MÉTODOS, MATERIALES Y RESULTADOS

El presente trabajo se realizó en diferente etapas durante la primera etapa se comprende una revisión teórica sobre los conceptos que se podrían abordar en la temática planteada, posteriormente se diseñó un cuestionario, para aplicar posteriormente a personas que residen en la ciudad de Guanajuato, a fin de conocer su percepción acerca de las afectaciones o beneficios que el turismo deja en la ciudad. Se utilizó el método directo que se basa en la información que proporciona la propia población local, dado que el interés radica en conocer cuál es su percepción acerca de las ventajas y desventajas de vivir en un destino turístico. El mecanismo más simple para averiguar cómo valora el ciudadano residente los impactos del turismo es preguntándoselo a través de la realización de encuesta siendo este un trabajo transversal.

El instrumento se aplicó a un total de 303 personas entre los 20 y 40 años de edad, residentes de la ciudad de Guanajuato, describiendo las características de la muestra en la siguiente tabla (Tabla 1).

Tabla 1: Composición de la muestra

Personas	303
Integración por género	54% mujeres – 46% hombre
Formación	11% Sólo primaria, 21% nivel medio superior o bachillerato, 50% secundaria y 28% licenciatura o más
Ocupación	1% Jubilado, 20% Ama de hogar, 24% estudiante y 56% empleado

La aplicación de encuestas a la muestra antes mencionada, así como el análisis de información obtenida en fuentes primarias, permitieron conocer:

- El 89% aseguro que el desarrollo de la actividad turística beneficia económicamente a la localidad, esto, contrario al 11% que afirmo lo contrario, asumiendo que los precios son cada vez más elevados con el desarrollo de la actividad turística en el municipio.

- Que al menos el 67.74 de los encuestados aseguro haber en algún momento dado emplearse en empresas relacionadas directa o indirectamente con la actividad turística en la entidad.

- En cuestiones de empleabilidad, solo el 45% de la muestra encuestada, aseguró que el turismo puede proporcionar a la población empleos de calidad, el 55% dijo no estar de acuerdo en que los empleos generados por el turismo sean de calidad para el residente.

- En cuanto a la participación de la mujer en la actividad turística, el 59% aseguro ser mujer y trabajar en la industria turística o dos, conocer a una mujer cercana que se desempeñaba en la industria turística, y el 41% restante dijo siendo varón trabajar en la industria turística, o independiente de su género, conocer a un varón que labora en la industria turística. Lo anterior confirma lo dicho por la Organización

Mundial de Turismo en el año 2011, en donde afirmo que el turismo es de las industrias que permiten mayor penetración a género femenino en el ámbito laboral.

- Se realizó un análisis de los representantes de la industria turística en manera digital y se pudo conocer que de una muestra analizada de 90 líderes, gerentes, directores o responsables de industria turística en el municipio, solo el 36% de las empresas analizadas, es decir casi la tercera parte de los dirigentes en estas industrias son mujeres, coincidiendo lo anterior en el reporte de la OMT (2011) ya mencionado anteriormente, sobre la participación de la mujer en la actividad turística.

- En cuestiones ambientales, se indago a la muestra analizada acerca de la percepción de la actividad turística y su relación con la situación de limpia de la ciudad, el 30% de los encuestados aseguraron que la ciudad se muestra más limpia con la llegada de turistas, el 64% aseguro que el desarrollo de la actividad turística en el municipio impacta negativamente en la limpia de la ciudad, afirmando que es en las temporadas en las que se observa mayor número de visitantes en la ciudad, cuando esta se percibe más sucia; solo el 6% restante de los encuestados aseguro que el turismo no beneficia ni impacta la situación de limpia de la ciudad.

- En cuanto a recreación, el 56% de la población aseguro que el habitante de la ciudad puede acceder a la recreación que se genera con motivo de promover el acrecentamiento de la actividad turística ene l municipio, esto contrario al 44% de los encuestados, que aseguraron que la recreación que se genera en materia turística es exclusiva para el visitante.

- Aun cuando parte representativa de la muestra han asegurado que la actividad turística en la entidad, beneficia la economía de sus habitantes, el 40% de esta muestra aseguro que esta actividad entre otras problemáticas ha contribuido a la propagación de problemas sociales en la entidad, tales como inseguridad, pues aseguran que las autoridades descuidan zonas de la ciudad en iluminación y seguridad, beneficiando las zonas turísticas, acrecentando cada vez más, para muchas de las zonas problemas de inseguridad en los habitantes, como ejemplo citarón, robos a casa habitación y asalto a transeúntes.

3. CONCLUSIONES

El presente trabajo ha permitido conocer la percepción del habitante de la ciudad de Guanajuato respecto al desarrollo de la actividad turística, es un trabajo de no fácil comparación, pues al momento de indagar sobre estudios referentes a impactos sociales del turismo en la localidad no se ha encontrado cantidad significativa, así mismo consideramos que este tipo de trabajos son necesarios en vías de planear y prever el desarrollo de destinos turísticos sustentables en favor del contexto en el que se desenvuelven, destinos clasificados por el residente del lugar donde se desarrolla la actividad turística y no sólo por discursos políticos que en algunas ocasiones, pareciera solo que justifican inversiones de extranjeros.

Se pudo observar que los números o cifras que de manera contenta generalmente las autoridades emiten no siempre es congruente con el grado de satisfacción de la comunidad

receptora con el desarrollo de la actividad turística, pues este, el habitante, es capaz de enlistar impactos no del todo favorables y que los asocia de manera directa como consecuencia del incremento de visitantes en su lugar de residencia.

BIBLIOGRAFÍA

ANDRIOTIS, K. (2003). "Urban residents attitudes toward tourism. The case of Crete". 172-185.

AYALA, H. (2010). "Oportunidades del turismo cultural para los destinos turísticos receptores", *Retos Turísticos*, vol. 9 (1).

BEETON, S. (2006): *Community development through tourism*, 256.

COLIN, M. (2015) : "Derrama turística en Guanajuato creció 14% en enero - septiembre".*El Financiero*, recuperado desde : www.elfinanciero.com.mx/bajio/derrama-turistica

JURADO, F. (2001). *Los mitos del turismo.* Madrid: Endymion.

FALCÓN, M. y BETANCOURT, M. (2010). "La evaluación integral de los impactos del turismo en función del desarrollo local sostenible". *Retos Turísticos*, vol. 9 (3).

FARMAKI, S. A. (2014): "Politics and Sustainable Tourism", *Tourism Management Perspectives*, 11, 463-478.

HALL, M. Y LEW, A. (2009): *Understanding and managing tourism impacts: An integrated approach*, Londres: Routledge, 392.

LANKFORD, S, Y HOWARD, D. (1994): "Developing a tourism impact attitude scale", *Annals of Tourism Research*,121-139.

MILMAN, A. (1988). "Social impacts of tourism on central Florida", *Annals of Tourism Research*, 19

OMT Organización Mundial del Turismo (1995), "Agenda 21 for the travel and tourism industry. Towards environmentally sustainable development.

TARLOMBANI, M. (2009). "Turismo y sustentabilidad. Entre el discurso y la acción". *Revista Urbano 20*, pp. 71-75.

TYRREL, T. (1984). "A survey of attitudes toward tourism growth in Rhode Island." *Hospitality Education and Research Journal*, 22-33.

WALL, G. y MATHIESON, A. (2006) *Tourism: change, impacts and opportunities*, Essex: Pearson Prentice Hall, pp. 412.

EL IMPACTO DEL TURISMO EN LAS COMUNIDADES LOCALES: UN TEMA PENDIENTE

Encuentros y desencuentros del turismo cinegético en Campeche, México: El caso del ejido Carlos Cano Cruz.

Ayala-Arcipreste María Esther [*]
Arteaga-Aguilar Marco Antonio [*]
Isaac-Márquez Ricardo [*]
Sánchez-González María Consuelo [**]
Isaac-Márquez Angélica Patricia [***]

[*] *Centro de Estudios de Desarrollo Sustentable y Aprovechamiento de la Vida Silvestre (CEDESU). Universidad Autónoma de Campeche. México.*
[**] *Centro de Investigaciones Históricas y Sociales. Universidad Autónoma de Campeche. México.*
[***] *Centro de Investigaciones Biomédicas. Universidad Autónoma de Campeche. México.*

RESUMEN

El turismo cinegético está definido por la Secretaría de Turismo como “la actividad que desarrolla un cazador deportivo nacional o extranjero, que visita destinos, localidades o áreas donde se permite la práctica de la caza de fauna silvestre de interés cinegético en su entorno natural y que hace uso de servicios logísticos y turísticos para hacer más fácil la práctica de este deporte, en un marco de conservación y sustentabilidad de la vida silvestre”. Desde 1997 esta actividad se realiza en las Unidades de Manejo de la Vida Silvestre (UMA) definidas como “un territorio, bajo cualquier régimen de propiedad, claramente delimitado y registrado legalmente, donde se permite el aprovechamiento de ejemplares de flora y fauna, y sus productos y subproductos, ya sea con fin comercial, cinegético, de exhibición o investigación; y requiere de un plan de manejo aprobado para su operación”. Por lo cual se han fomentado ampliamente como una alternativa productiva para el sector rural del país (SEMARNAP, 1997).

La localidad de Carlos Cano Cruz es una comunidad rural del municipio de Campeche constituida el 28 de enero de 1993. Desde 1999 la UMA Ejido Carlos Cano Cruz se reconoce como un caso “exitoso” de turismo cinegético en el estado. El fomento que la SEMARNAT dio a las UMA convenció a la población para registrar las 9,656 hectáreas del ejido como una de ellas con 54 ejidatarios como socios. En el 2000 obtuvieron las primeras tasas de aprovechamiento de fauna silvestre, iniciando la actividad cinegética con cazadores procedentes de Estados Unidos. El uso cinegético se concesionó por 10 años a un prestador de servicios cinegéticos que se volvió socio inversor de la UMA y enlace entre la comunidad con los cazadores. En 2005 se realizaron entrevistas con funcionarios de dependencias estatales, el prestador de servicios cinegéticos y ejidatarios participantes en la UMA con el fin de evaluar los logros de este modelo de aprovechamiento en la comunidad. Inicialmente la participación de todos los ejidatarios permitió el trabajo organizado con beneficios económicos repartidos equitativamente y el manejo el

sustentable de la fauna silvestre, lo que ambientalmente fue celebrado por instituciones del ramo. En 2014 se volvieron a realizar entrevistas con informantes clave de la comunidad para valorar la situación prevaleciente alrededor del turismo cinegético entre 2005 y 2014. Los resultados mostraron importantes cambios de índole social: la desarticulación de las relaciones comunitarias entre los socios que se tradujo en la desincorporación de 28 ejidatarios de la UMA por conflictos derivados en la repartición de los beneficios económicos, la generación de un grupo que ha gozado de mejores beneficios con respecto a los otros y desacuerdos con el prestador de servicios cinegéticos por el uso del territorio. Los resultados dejan ver algunos contrastes que se suscitan en los proyectos de desarrollo con base comunitaria, la falta políticas integrales que atiendan tanto los aspectos ambientales como sociales de los emprendimientos comunitarios para que estos se transformen en verdaderos nichos de oportunidad y mejoras en la calidad de vida comunitaria.

Palabras clave: turismo cinegético, Carlos Cano, UMA, conflictos, Campeche

ABSTRACT

The hunting tourism is a tourist segment defined by the Ministry of Tourism as: "The activity in which a domestic or foreign sport hunter, visiting destinations, places or areas where the practice of hunting wildlife is allowed in a natural environment, which makes use of logistics and travel services to make it easier to practice this sport, in a context of conservation and sustainability of wildlife ".It is considered a productive alternative for the rural sector of the country made through the legal figure represented by wildlife use and conservation units, UMA (Unidades de Manejo de la Vida Silvestre) which are defined as "a territory under any ownership, clearly defined and legally registered, where harvesting of specimens of flora and fauna and their products and by-products, either, commercial purposes hunting, exhibition or research is allowed; and requires a management plan approved for operation.

The town of Carlos Cano Cruz, also called "The Tlaxcaltecas", is located approximately 115 km from the city of Campeche. It is a small rural community in the municipality of Campeche, incorporated as a new ejidal population center on January 28, 1993, in benefit of 92 ejidatarios. Since 1999, the UMA Ejido Carlos Cano Cruz is recognized as the site where is being developed hunting tourism project considered "successful". Promoted by the Ministry of Environment and Natural Resources (SEMARNAT) began to give the UMA, convinced the population to record 9,656 hectares of their ejido as one. The hunting use UMA was concessioned for 10 years to a hunting service provider; subsequently investment partner of UMA and being a link between the community and groups of hunters would become. The UMA was integrated with 54 ejidatarios who acted as partners and those agreed to distribute the economic benefits generated by hunting. For 2000, the UMA scored the first harvest rates wildlife, hunting activity starting with groups of hunters from clubs in the United States.

In 2005 interviews with officials from state agencies, hunting services provider and ejidatarios in the UMA were performed to assess the achievements of this model for use in the community. Initially the participation of all the ejidatarios allowed an organized work

with economic benefits equitably distribute and sustainable management of wildlife which was celebrated by environmentally institutions bouquet. Later in 2014 they returned to conduct interviews with key informants in the community to assess the prevailing situation around the hunting tourism between 2005 and 2014. The analysis of the results throw major changes in social issues: the breakdown of community relations between partners resulted in the divestiture of 28 ejidatarios of the UMA starting by the conflict arising in the distribution of economic benefits, generating a group that has better benefits over others, disagreements with hunting services provider for land use. The results reveal some contrasts that arise in development projects with community-based, the lack of comprehensive policies that address both environmental and social aspects of community enterprises so that they are transformed into real niche of opportunities and improvements in the quality of community life.

Keywords: hunting tourism, Carlos Cano, UMA, conflicts, Campeche

1. INTRODUCCION

En México el turismo cinegético está definido por la Secretaria de Turismo como “la actividad que desarrolla un cazador deportivo nacional o extranjero que visita destinos, localidades o áreas donde se permite la práctica de la caza de fauna silvestre de interés cinegético en su entorno natural, y que hace uso de servicios logísticos y turísticos para hacer más fácil la práctica de este deporte, en un marco de conservación y sustentabilidad de la vida silvestre”. Es un segmento del turismo que se ha venido fomentando desde 1997 mediante el Plan Nacional de Desarrollo e implementándose a través del Programa de Conservación de la Vida Silvestre y Diversificación Productiva en el Sector Rural de la SEMARNAT. Este programa persigue ser un medio por el cual se fomente el aprovechamiento de los recursos naturales renovables y del medio ambiente, ayudando a tener una mejor calidad de vida, propiciando la superación de la pobreza y contribuyendo a una economía que no degrade las bases naturales de sustentación para alcanzar el desarrollo sustentable (SEMARNAP, 1997). En este marco se creó un sistema que integró, bajo un concepto definido de *Unidades de Manejo y Conservación de la Vida Silvestre* (UMA) a los sitios que hasta 1996 se conocían sólo y de manera dispersa como: viveros, jardines botánicos, zoológicos, criaderos y ranchos cinegéticos, entre otros.

De esta forma el mercado cinegético nacional e internacional es ya un tema fundamental de las estrategias actuales de desarrollo para el sector rural. Las políticas públicas ambientales integran a esta actividad en la cartera de programas que van desde la conservación de la fauna silvestre con diversos programas encabezados por la SEMARNAT hasta las del sector turístico con SECTUR. Los objetivos de estos programas convergen para impulsar el desarrollo del turismo cinegético en las comunidades rurales a través de las UMAS constituidas legalmente y con ello generar ingresos económicos adicionales a las comunidades derivados del aprovechamiento regulado de la fauna silvestre.

De la misma forma, el gobierno de Campeche considera al turismo como una actividad prioritaria y estratégica para propiciar el desarrollo regional, impulsar el crecimiento económico y respetar el enfoque cultural, social, natural y el equilibrio ecológico del estado, para ello se están fomentando diversos segmentos, entre ellos, el cinegético. Es así

como dentro del segmento de turismo alternativo, la Secretaria de Turismo de Campeche promociona una cartera de experiencias de turismo cinegético dirigidas a un público que busca este tipo de experiencias.

2. ANTECEDENTES

En México el antecedente del aprovechamiento cinegético de fauna silvestre inicia en la década de los setentas en el Noreste del país, cuna del venado cola blanca "texano" *Odocoileus virginianus texanus.* El aprovechamiento de la fauna silvestre con fines deportivos y comerciales se realizaba en ranchos cinegéticos, granjas de animales de caza, cotos de caza, criaderos y unidades de producción (Weber, 1993 citado en García, 2005). A partir de 1997 tales modalidades se incorporaron al concepto de UMA, con el objeto de implementar en lo nacional un esquema de producción compatible con la conservación de la diversidad biológica (INE-SEMARNAT, 2000 citado en García, 2005). En la actualidad, tanto la cacería de subsistencia como la deportiva son aprovechamientos habituales de la fauna silvestre, asociados a las comunidades rurales y a un mercado mundial de la recreación. En este contexto, el turismo cinegético es una actividad estratégica que se traduce en oportunidades para el desarrollo regional, especialmente para las comunidades rurales y la conservación de la vida silvestre. Datos de la Secretaria de Turismo muestran que el número de cazadores ha crecido anualmente un 5% y para 2014 generó una derrama económica de 163 millones de dólares.

Lo optimista de las cifras económicas contrasta con las experiencias que viven las comunidades alrededor del turismo cinegético, se muestran divergencias en las expectativas de sus habitantes acerca de los beneficios y reglas de uso de los recursos naturales, de los prestadores de servicios cinegéticos y de los propios cazadores. Estos problemas son elementos de conflicto al interior de las comunidades y son temas documentados en diversas investigaciones. Ostrom (2002) ha analizado el conflicto por el uso de los recursos naturales en las comunidades con evidentes contradicciones entre los distintos actores sociales, y de las desatinos encontrados entre las funciones de las distintas dependencias que se han conjugado como un elemento de contradicción que acentúa el conflicto, por lo que decir de es necesario establecer un marco institucional para dirimir estos conflictos. Otro elemento de conflicto analizado son las diferencias culturales y los usos y costumbres que afectan la apropiación y empoderamiento de las iniciativas de desarrollo comunitario, ante lo cual plantean que es necesario examinar los arreglos institucionales históricos y culturales del poder social, así como los procesos de pugna y negociación entre intereses en conflicto de las comunidades, y no limitarse exclusivamente a los arreglos administrativos e incentivos económicos promulgados en proyectos de desarrollo sostenible (Gómez y Garibay, citados en Martin, 2002).

Por su parte Merino y Hernández (2004) consideran que las comunidades de usuarios de los recursos comunes pueden, en determinadas condiciones (de incentivos, capital social y entorno político), construir y asumir reglas para su manejo que permitan un uso sostenible y su conservación en el largo plazo. Por ende, el deterioro de los recursos no es el resultado inevitable del tipo de acceso (privado o colectivo); hay otros factores que determinan el uso sostenible, como las condiciones de las comunidades de usuarios y su nivel de capital social, las asimetrías de poder en su interior y los costos de oportunidad. Para Pérez, Zizumbo, Romero et al. (2011:232) los agentes externos a las comunidades pueden

favorecer el mejoramiento en las condiciones de vida de los actores locales pero no necesariamente mantiene una orientación lineal hacia la apropiación de los recursos, lo que frecuentemente quebranta la dinámica colectiva y el territorio comunal, a favor de un reducido grupo que atrae los beneficios derivados de la dinámica turística.

Lechuga (2001) apunta que hay varias lecciones que se aprenderán de los programas con base comunitaria sobre el manejo de la fauna silvestre, incluyendo la importancia de identificar las motivaciones para su uso, las opiniones sobre el acceso al recurso natural y el procedimiento de toma de decisión. Esta comprensión podría asegurar una distribución más equitativa de las ventajas económicas y el apoyo para el programa en general. Gibson y Marks (1995, citados en Lechuga, 2001) señalan el incremento de importantes beneficios socioeconómicos directos e indirectos a través de un manejo con base comunitaria pero generar ingresos económicos exclusivamente, no es suficiente para asegurar el éxito de un programa de conservación de vida silvestre. En este sentido, consideran importante que las autoridades y jefes de las comunidades trabajen en concientizar a su comunidad sobre la importancia de conservar la vida silvestre, para construir el proceso de toma de decisiones y la distribución de los beneficios entre los residentes locales. Por tanto, el manejo con base comunitaria no garantiza necesariamente la distribución equitativa de las ventajas socioeconómicas, se requiere del intercambio y la confianza que son la base de toda interacción humana sostenida destinada a iniciar o a fortalecer relaciones sociales (Adler-Lomnitz, 2003; Gauss, 1979 citados en Durston y López, 2006).

En el caso específico de sistemas de manejo de vida silvestre mediante las UMA, Weber (1993, citado en García, 2005; Weber, García-Marmolejo y Reyna-Hurtado, 2006) comenta que dichas experiencias frecuentemente han mostrado consecuencias de deterioro de la biodiversidad y, en algunos casos, contribuido a la polarización social, en detrimento del sector más pobre de la sociedad al privatizar las tierras y limitar el uso público. Otro factor que impacta a la actividad cinegética se relaciona con el aspecto cultural y el papel que juega la fauna silvestre dentro de la cosmovisión de muchos grupos indígenas y que se manifiesta en su forma de relacionarse con ella. Terán y Rasmussen (1994) señalan que junto con la milpa y la agricultura, la cacería, en particular la del venado, es una de las actividades que han identificado la vida económica, cultural y religiosa de los campesinos mayas en Yucatán.

2.1. Campeche y el turismo cinegético: Ejido Carlos Cano Cruz

El estado de Campeche localizado en la parte suroeste de la Península de Yucatán es una de las principales entidades a nivel nacional por su diversidad biológica, la integridad de sus ecosistemas y las posibilidades reales de conservación (CONABIO, 2007). Sin embargo, contrasta por un marcado rezago social, el elevado nivel de pobreza de su población (CONAPO, 2010) y su compleja problemática ambiental derivada de los impactos generados por la exploración y extracción de petróleo, el desarrollo económico de la zona costera, la sobreexplotación de los recursos naturales y la ampliación de la frontera agropecuaria (Bustillos, 2000).

En este contexto la política mexicana ha desarrollado diversos instrumentos legales para conservar y aprovechar de forma sustentable los recursos naturales. Uno de estos instrumentos son las Unidades de Manejo y Conservación de Vida Silvestre (UMA). De

acuerdo a cifras de la SEMARNAT para el año 2015 se reporta la existencia de 12, 592 UMA registradas a nivel nacional, de las cuales 8, 394 son UMA extensivas y 1, 844 UMA intensivas (SEMARNAT, 2015). Para Campeche se estima que las UMAS registradas en el año sumo 760, 500 has distribuidas en los 11 municipios de la entidad, 757, 586 extensivas y 2, 914 intensivas. El 99.15% de las UMAS manejan especies nativas como venados, pecarí, labios blancos, venado temazate, pavo ocelado, jaguar hocofaisán, venado cola blanca, cojolita, tinamú, jabalí de collar, puma, jaguar, armadillo, cereque. Este tipo de UMA representó el 50 % del total, siguiéndole en importancia las de manejo de especies cinegéticas con el 23.5%, de las de especies marinas con el 19.59%, cuyas tres categorías representaron el 93.09% del total. Actualmente se reportan 126 UMA de las cuales 34 son de carácter intensivo y 92 extensivo. De las UMA extensivas, 6 se promocionan en sitios Web de turismo así como las páginas especializadas de cacería.

En Campeche el turismo cinegético se realiza tanto en tierras ejidales mediante un acuerdo entre el prestador de servicios cinegéticos y la comunidad por el acceso a las parcelas, así como en predios privados. El atractivo principal de este turismo es el pavo ocelado, especie característica de la Península de Yucatán. Los prestadores de servicios cinegéticos ofertan safaris para cazar esta especie de acuerdo a las tasas de aprovechamiento autorizadas para la temporada (Ayala, 2008).

Uno de los referentes “exitosos” de turismo cinegético en Campeche es el desarrollado en el ejido Carlos Cano Cruz. La comunidad pertenece al municipio de Campeche, se constituyó como nuevo centro de población ejidal el 28 de enero de 1993, con 92 campesinos solicitantes. Abarca una superficie de 9,652 hectáreas con selva mediana, de las cuales, el 40% es susceptible de cultivo de temporal (Suárez, 2005). Tiene su origen en los programas de colonización del estado, destinados a poblar las zonas despobladas con personas de distintas partes del país.

La UMA Ejido Carlos Cano Cruz está integrada por 54 ejidatarios que fungen como socios y entre los cuales se distribuyen los beneficios que aporta la UMA por concepto de la actividad cinegética, si bien solo algunos de ellos trabaja directamente en el comité de la UMA y que están encargados de organizar las actividades de vigilancia, cuidado, reportes, etc. La UMA obtuvo su registro ante la SEMARNAT en 1999 y abarca una superficie de 9.656 hectáreas. Según información proporcionada por el representante legal de la UMA, ésta fue una de las primeras unidades establecidas en el Estado de Campeche. La idea de constituirse como una UMA surgió de la experiencia de su homóloga de Tres Garantías, ejido del vecino Quintana Roo, quienes marcaron la pauta en el uso y manejo de la fauna silvestre para uso cinegético-turístico. Después de hacer los estudios de evaluación y seguimiento de las poblaciones silvestres la UMA recibe cada año la cuota de aprovechamiento de cada especie de fauna silvestre así como los cintillos correspondientes debidamente autorizados por la SEMARNAT. Estos cintillos se ofertan a los grupos de cazadores para cada temporada específica. Como procedimiento de control del número de ejemplares de fauna silvestre aprovechados, al final de la temporada de caza se debe reportar el número de animales aprovechados, el número de cintillo, contrato, licencia, etc. (Ayala, 2008).

3. METODOLOGÍA

El trabajo se caracteriza por ser descriptivo de dos periodos de tiempo 2005 y 2014, las herramientas de recopilación de datos y sistematización de la información se sustenta en entrevistas con informantes clave, aplicación de cuestionarios a ejidatarios y talleres participativos. Durante el año 2005 se realizaron entrevistas con informantes clave tantos funcionarios de dependencias estatales, un prestador de servicios cinegéticos y ejidatarios participantes en la UMA, con el objetivo de documentar el proceso de conformación de la UMA, la organización del trabajo y evaluar aportaciones de este modelo de aprovechamiento en la calidad de vida de la comunidad. Posteriormente en 2014 se realizaron nuevas entrevistas con informantes clave de la comunidad, talleres de diagnóstico del uso del territorio y actividades productivas, entre ellas la UMA y actividad cinegética y se aplicó un cuestionario para determinar la problemática actual de la comunidad con el fin de valorar la situación prevaleciente y hacer un comparativo con el 2005.

4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Los resultados encontrados entre 2005 y 2014 mostraron la aparición de una problemática interna importante que generó cambios en diversos aspectos de la vida comunitaria.

Problemática actual de la comunidad

En la experiencia de 2005 los problemas de la comunidad tuvieron que ver con aspectos de la vida ejidal, servicios urbanos, estructura interna y autoridades; la falta de participación y organización ha sido un problema recurrente, así como los problemas productivos por el uso de caminos a las áreas productivas. Los principales problemas encontrados en 2014 abarcaron aspectos de la esfera social interna, el uso del territorio y de los recursos naturales. Los conflictos sociales enfatizan: a) la poca o nula participación de los ejidatarios, b) la falta de aplicación del reglamento interno, y c) una mala gestión de las autoridades. En la temática territorial destacan: a) los conflictos generados por la falta de regularización en el manejo del área de uso común, b) problemas por la venta de terrenos y repartición de solares, y c) el uso de brechas y caminos hacia las zonas productivas. Finalmente los conflictos por el uso de los recursos naturales muestran a) la deforestación del área de uso común, b) la cacería furtiva y c) la monopolización de los beneficios de la UMA. En la problemática asociada a la UMA convergen los de índole territorial por el uso del suelo y los recursos naturales, así como los relacionados a la administración de la propia unidad de manejo y la repartición de los beneficios.

Desarticulación de las relaciones comunitarias entre los socios.

En 2005 se documentó que la participación de todos los ejidatarios permitió un trabajo organizado con beneficios económicos repartidos equitativamente, así como un manejo sustentable de la fauna silvestre lo que ambientalmente fue celebrado por las instituciones del ramo. Sin embargo en el transcurso de los años aparecieron las inconformidades por la polarización de los beneficios hacia ciertos miembros del grupo lo que desencadenó un clima de insatisfacción y la salida de 28 de ellos.

Esto provocó resentimiento contra el responsable de la UMA por favorecer a ciertos miembros del grupo y ser favorecido en lo personal por el prestador de servicios cinegéticos, además de no repartir los beneficios económicos generados por la cacería en los terrenos de uso común, en donde por acuerdo interno el total de ejidatarios tiene derecho a recibirlos. Al respecto un entrevistado se expresó sobre este tema:

> ……"*La UMA es exitosa en lo ambiental, pero un fracaso en lo social"* (com. personal, 2014).

Desacuerdos con el prestador de servicios cinegéticos por el uso del territorio.

El uso de la fauna silvestre como patrimonio comunal para la actividad de turismo parte de la aprobación en asamblea ejidal y de acuerdos establecidos previamente con un inversionista privado. Esto permite entrar a las parcelas y transitar por el territorio del ejido durante la temporada cinegética, no obstante los intereses y expectativas que cada uno tiene sobre el desarrollo de la actividad puede cambiar y derivar en conflictos por la repartición de los beneficios y el manejo de la propia actividad.

Desde el inicio de la UMA, el prestador de servicios cinegéticos fue agregado como socio y el principal vínculo comercial entre la UMA y los clubes de cazadores para la contratación de safaris en cada temporada. Los acuerdos suscritos con dicho prestador de servicios contenían las condiciones de uso de las parcelas, participación de los ejidatarios en cada safari y los beneficios económicos, los que al parecer resultaban favorecedores para los ejidatarios. Sin embargo, en la investigación de 2014, se apreció la entrada de otro prestador de servicios cinegéticos que de acuerdo a las entrevistas con informantes clave, ofrece mejores beneficios económicos y acuerdos para los ejidatarios que participan en la UMA, por lo que algunos expresaron sus intenciones de ofrecer sus servicios de manera exclusiva con el segundo y cancelar el acuerdo con el primer prestador de servicios.

Cambios en la propiedad de solares urbanos y parcelas.

Derivado del proceso de mejoramiento en la calidad de los servicios de la UMA para el turismo cinegético, se han adquirido lotes urbanos para la construcción y ampliación de la infraestructura de alojamiento. Esto ha generado la oportunidad para que ejidatarios vendan sus lotes a agentes privados, lo que para otros es un elemento de preocupación y rechazo. Las particularidades de estos alojamientos contrastan con las características del desarrollo urbano de la comunidad. De la misma forma se están vendiendo a particulares las parcelas, algunas de ellas para darle uso agrícola, otras para ampliar la infraestructura destinada al turismo cinegético, lo que para algunos de los ejidatarios es una amenaza latente de lidiar con extraños.

Desacuerdos sobre el uso de las parcelas.

Desde su inicio la UMA se constituyó como una unidad con una superficie de 9, 656 hectáreas que representa la totalidad del ejido y todos los ejidatarios fueron integrados como socios. Actualmente la superficie inicial registrada como UMA se ha reducido, más de la mitad de las parcelas (53.76 %) ya no están consideradas dentro de la UMA, mientras que los predios que si están integrados a la UMA representan una superficie del 45.51 %

del ejido. Si bien, entre los ejidatarios han acordado no llevar a los cazadores a las parcelas de los ejidatarios disidente, la situación legal no se ha modificado ante la SEMARNAT. Actualmente existe cierto resentimiento de los ejidatarios disconformes con el responsable de la UMA ya que contrario a su deseo, la cacería se sigue realizando en sus parcelas lo que suscita que algunos de estos ejidatarios monten vigilancia en sus predios durante la estancia de los grupos de cazadores y hasta entren en confrontación con alguno de ellos que entra de manera ilegal a las parcelas. Los conflictos por esta situación afloran en las reuniones ejidales y es tema recurrente de descontento.

5. CONCLUSIONES

Para Campeche el turismo cinegético representa un segmento estratégico para el desarrollo del estado aprovechando el capital natural de las comunidades rurales del estado. No obstante, las políticas de fomento permanecen desvinculadas de la realidad del mestizaje de las culturas y de las particularidades del territorio campechano. En este contexto es posible recrudecer los conflictos al interior de las comunidades, poner en peligro de degradar importantes recursos naturales necesarios para la vida de las familias rurales y del sostenimiento de los procesos biológicos de los ecosistemas y fomentar el paternalismo hacia los financiamientos institucionales.

Los resultados obtenidos de la experiencia del turismo cinegético en la UMA Carlos Cano Cruz no pueden generalizarse a la situación de otras unidades de manejo, sin embargo consideramos que aportan valiosas consideraciones para analizar los contrastes que se suscitan en los proyectos de desarrollo con base comunitaria y la falta de políticas públicas transversales que aborden tanto los aspectos ambientales como sociales de los emprendimientos comunitarios, de cara a consolidarlos como verdaderas alternativas comunitarias sustentables.

El manejo de la UMA y del turismo cinegético presenta dos caras que parecen contradictorias: bajo el esquema de un manejo sustentable de la fauna silvestre aportan importantes logros para el manejo sustentable de las especies cinegéticas; en el aspecto social existe un clima de descontento entre los ejidatarios que no reciben beneficios de la UMA y la formación de grupos favorecidos al interior de la comunidad. Desde la óptica del turismo cinegético la UMA se posiciona como la unidad que mejor la logrado integrar la conservación y el uso recreativo de la biodiversidad. Si bien existen puntos favorables, en algunos aspectos ha contribuido a la polarización social en detrimento del sector más pobre de la sociedad, privatizando las tierras y limitando el acceso de las personas que anteriormente era de uso público. Asimismo sucede que la conservación de las especies se hace más por el aspecto comercial de las mismas que por una convicción o plan de conservación y manejo. Así es como, la idea original de conservación de la vida silvestre con frecuencia ha quedado relegada ante el interés de aumentar la producción de fauna en función de la demanda.

Los encuentros y desencuentros que se suscitan en los proyectos de desarrollo con base comunitaria, en cuanto expresión de la falta de reconocimiento de las diferencias culturales y ambientales particulares de cada territorio y de cómo las políticas se vuelven surrealistas al implantar modelos de desarrollo desarticulados de la realidad social, no son privativos del campo mexicano.

BIBLIOGRAFÍA

AYALA-ARCIPRESTE, M. (2008): *Turismo alternativo y desarrollo regional: Tres estudios de caso en la Península de Yucatán, México*. Tesis de Doctorado en Geografía. Universidad Complutense de Madrid.

BUSTILLOS, J. (2000): *Petróleo, áreas naturales protegidas y gestión ambiental*. México. SEMARNAT.

CONABIO. (2007).Regionalización.http://www.conabio.gob.mx/conocimiento/regionalizacion/doctos/regionalizacion.html (9 de agosto de 2008).

CONAPO (2010): Índice de marginación por entidad federativa y municipio 2010. http://www.conapo.gob.mx/es/CONAPO/Indices_de_Marginacion_2010_por_entidad_federativa_y_municipio (15 de diciembre de 2013).

DURSTON, J. y E. LÓPEZ (2006). "Capital social y gestión participativa en la cuenca de

Pátzcuaro." Revista de la CEPAL 90: 106-119.

GARCÍA-MARMOLEJO, G. (2005): *Caracterización y sustentabilidad de las Unidades para la Conservación, Manejo y Aprovechamiento Sustentable de la Vida Silvestre en Campeche. Campeche, Campeche*, Colegio de la Frontera Sur-Campeche.

INEGI. (2011): *Perspectiva estadística de Campeche*. Instituto Nacional de Estadística y Geografía, México.

LECHUGA, J. (2001): *The Feasibility of Sport Hunting as a Wildlife Conservation and Sustainable Development Tool in Southern Mexico*. Florida, USA, University of Florida.

MARTIN, A. J. (2002): "El manejo forestal contrastante en dos núcleos agrarios de la Reserva de la Biosfera Mariposa Monarca." *Relaciones*. El Colegio de Michoacán XXIII (89), pp 55-82.

MERINO, P. L. y. HÉRNANDEZ A. M (2004): "Destrucción de instituciones comunitarias y deterioro de los bosques en la Reserva de la Biosfera Mariposa Monarca, Michoacán, México." *Revista Mexicana de Sociología* 66 (2, abril-junio), pp 261-309.

OSTROM, E. (2002): "El gobierno de los bienes comunes. La evolución de las instituciones de acción colectiva", *Región y Sociedad*, XIV (24), pp. 263-269.

Pérez, R. C., Zizumbo V. L., Romero C. T., Cruz J. G., Madrigal U. D. (2011). "El turismo como intervención e implicaciones para las comunidades rurales". *Gestión turística*, N° 16, Julio-diciembre, pp 229 - 264

SEMARNAP (1997): *Programa de conservación de la vida silvestre y diversificación productiva en el sector rural 1997-2000*. México D. F., Secretaría de Medio Ambiente, Recursos Naturales y Pesca.

SEMARNAT (2015): *Sistema de Unidades de Manejo.* Subsecretaría de Gestión y Protección Ambiental / Dirección General de Vida Silvestre México D. F., Secretaría de Medio Ambiente, Recursos Naturales y Pesca. http://www.semarnat.gob.mx/temas/gestion-ambiental/vida-silvestre/sistema-de-unidades-de-manejo

SUÁREZ, A. P. (2005): *Migración y salud en una comunidad rural del Estado de Campeche*. Tesis de Maestría. Departamento de Ecología Humana, CINVESTAV-Unidad Mérida. Mérida, Yucatán, México.

TERÁN, S. Y RASMUSSEN, C. (1994): *La milpa de los mayas*, Editorial DANIDA, Mérida, Yucatán.

WEBER, M., GARCÍA-MARMOLEJO, G., REYNA-HURTADO, R (2006): "The Tragedy of the Commons: Wildlife Management Units in Southeastern Mexico". *Wildlife Society Bulletin* 34(5), pp 1480-1488. 2006.



Uso de la Marca colectiva denominada Matusay/mms por los artesanos de Villa Tapijulapa, Tabasco

ANTECEDENTES

Las artesanías de Villa Tapijulapa tienen un sello propio proveniente de la materia prima que utilizan comúnmente llamada mimbre (*Mutusay).* Se elaboran piezas artesanales de carácter utilitario, de decoración o bisutería. Los artesanos de esta villa han podido posicionarse dentro de concursos tanto estatales como nacionales logrando ser reconocidos por su creatividad. En el periodo 2007-2012 el Instituto para el Fomento de las Artesanías de Tabasco (IFAT) gestionó el apoyo para la comunidad de artesanos, creando una Marca Colectiva; nombrando un presidente, una secretaria, un tesorero y dos vocales, quienes serían los encargados de velar por el buen funcionamiento de esta asociación, sin embargo los beneficios son poco notorios, debido a las disputas internas entre los socios y el no saber comercializar el producto a través de la Marca Colectiva, lo que representa mínimos ingreso familiares.

OBJETIVO GENERAL

Diseñar estrategias para el aprovechamiento de la Marca colectiva Mutusay/mms con el fin de incrementar las ventas de la asociación de artesanos.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Clasificar los tipos de productos que elaboran los artesanos teniendo como materia prima principal el Mutusay.
- Definir el tipo de eventos en los que participan los artesanos para la comercialización de sus productos.
- Identificar los beneficios que proporciona a los artesanos la utilización de una marca colectiva en la comercialización de sus productos.
- Analizar las causas por las cuales los artesanos no utilizan la marca colectiva para la venta de sus productos.

METODOLOGÍA

Esta investigación se optó por un tipo de estudio: *análisis del discurso,* y como *instrumentos* para recoger la información se realizó el Análisis de documentos, la entrevista estructurada, la observación y encuestas. Se realizó inicialmente con una recopilación de información sobre los antecedentes de la actividad artesanal en la Villa Tapijulapa identificando que el Mutusay es una raíz aérea endémica de la zona de la sierra de Tabasco la cual ha sido aprovechada por los artesanos para la elaboración de productos, inicialmente de tipo utilitario y con el paso del tiempo han creado otros diseños para muebles decoración y bisutería. La habilidad que han desarrollado los artesanos en la elaboración de sus artículos los ha llevado a obtener reconocimiento en concursos estatales y nacionales.

Por otra parte se llevó a cabo un trabajo de campo que consistió en la aplicación de una encuesta integrada por once preguntas, dirigidas a 17 artesanos originarios de Villa Tapijulapa, los cuales se eligieron de forma aleatoria simple, así mismo se realizaron entrevistas a diversas autoridades del lugar, como fue el líder de artesanos, la secretaria de la Marca Colectiva y a un representante del Instituto del Fomento de las Artesanías de Tabasco (IFAT).

Como resultado las entrevistas se identificó la existencia de una Marca colectiva denominada ***Mutusay/mms***, la cual puede ser utilizada por los integrantes de la asociación de artesanos; la cual está conformada por 17 artesanos.

Los artesanos colocan una etiqueta con el logotipo de la Marca colectiva para identificar el origen de la pieza artesanal. Sin embargo no todos los artesanos colocan la etiqueta de la Marca colectiva, lo cual ha ocasionado no tener un posicionamiento en el mercado.

De las encuestas aplicadas a los artesanos se identificó que los eventos en los cuales acostumbran vender sus productos: un 34% en ferias, un 24% en concursos y un 42% en exhibiciones. Entre las piezas que más se elaboran están los muebles, la cestería y actualmente la bisutería combinando el Mutusay con piedras, madera y semillas.

Entre los beneficios que tienen los artesanos de Tapijulapa con la marca colectiva son: Posicionar sus productos teniendo el Mutusay como materia prima principal. Refuerza su identidad y posicionamiento como único lugar donde se elaboran estas piezas. Por otro lado las limitantes que manifestaron los artesanos fueron, la poca información sobre el manejo de su Marca colectiva, debido a que no existe entre los agremiados una buena comunicación, por lo tanto no colocan las etiquetas con este logo en sus productos. De continuar con esta situación la Marca colectiva puede perderse, ya que data desde el año 2008 y tiene una fecha de vencimiento.

CONCLUSIÓN

Se considera que falta mucho por realizar, como el trabajar en común acuerdo para un mismo fin, mezclar nuevas fibras o materiales en conjunto al mimbre Mutusay, y en su manufactura incluir símbolos de su cultura base para diversificar la oferta y variedad dándole así un significado representativo a sus artesanías.

Se sugiere que los artesanos trabajen en común acuerdo para establecer una tienda artesanal en la misma comunidad donde habitan, la cual esté regida por ellos mismos, y pudiesen ofertar todos los productos que elaboran manejando en todo momento las etiquetas de la marca colectiva y como identificación propia y así obtener más de los beneficios que ellos han soñado.

Las artesanías de Mutusay son un factor de identidad para Tapijulapa que los artesanos no están dispuestos a perder.

BIBLIOGRAFÍA

Amparo Sancho; Organización Mundial del Turismo. *Introducción al turismo,* [En línea]. Dirección URL:<http://lawschool.unm.edu/nrj/volumes/08/4/12_lucas_clawson.pdf> [Consulta: 7 agosto 2014].

Consejo Nacional para la Cultura y las Artes. *El ABC del Patrimonio Cultural y Turismo*. [En línea] dirección URL: www.conaculta.gob.mx/turismo-cultural/Docs/PDF/Documentos/abc_patrimonio.pdf [Consulta: 28 junio 2014]

Cordero Martínez Carlos Alberto. (2013). *Crónicas de Tapijulapa.* Tapijulapa, Tacotalpa Tabasco. Fundación

ILAM. *Patrimonio: clasificación y definiciones,* [En línea]. Dirección URL: <http://www.ilam.org/index.php/es/talleres/materiales-apoyo/143-talleres-ilam/materiales-apoyo/288-patrimonio-

2

Nuevas oportunidades de cooperación. Turismo, globalización, cambio climático y nuevas tecnologías

Nuevas oportunidades de cooperación: Turismo, globalización, cambio climático y nuevas tecnologías

Ignacio Sariego López

Escuela Universitaria de Turismo «Altamira».
Universidad de Cantabria. España.

Las actividades turísticas están consiguiendo una importancia social cada vez más relevante, y su desarrollo, éxito y longevidad son de gran repercusión para la economía mundial. Esta circunstancia ha provocado un notable crecimiento de la actividad y una mejora en la oferta. En la actualidad prácticamente todos los países y regiones optan, en la medida de sus posibilidades, por el turismo como motor económico de desarrollo y como herramienta de reequilibrio territorial.

Sin embargo, no todas las noticias son positivas. La actividad turística es muy sensible a los cambios en el entorno y depende de múltiples factores externos, siendo de gran peso los factores económicos derivados de la globalización, además de los factores sociodemográficos, político-culturales, medioambientales y tecnológicos. Por este motivo, no todos los lugares tienen la capacidad de convertirse en verdaderos destinos turísticos.

Los nuevos desafíos a los que se enfrenta hoy día el turismo son complejos y están interconectados y en constante evolución. El comportamiento del turista es dinámico y en constante cambio por lo que los bienes y servicios turísticos ofrecidos deben ser susceptibles de incorporar dichos cambios a lo largo de su ciclo vital.

En este proceso de transformación es fundamental promover la apertura de la actividad turística a la sociedad en general, para responder así a la demanda social de valores, buenas prácticas, respeto al medio ambiente y sostenibilidad.

Así, la incorporación masiva de las nuevas tecnologías permite el conocimiento y la expansión de un nuevo modelo de turismo, alejado de las trivialidades recreativas convencionales, apostando de forma decidida por la cultura y la vivencialidad compartida con comunidades locales, lo que se denomina turismo responsable o turismo comunitario.

La generalización de este modelo turístico es un fenómeno relativamente reciente, impulsado por los grupos más jóvenes de la sociedad, y que se ha visto acelerado principalmente en la presente década, mostrándose como una oportunidad real de crecimiento sostenible.

Las nuevas tecnologías ofrecen recursos más visuales y directos, favoreciendo el conocimiento de estas propuestas turísticas novedosas, que van ganando seguidores día a día. De esta manera se está facilitando a los turistas los procesos de búsqueda, elección y gestión de un destino, pudiendo crearse itinerarios personalizados; igualmente, las nuevas tecnologías facilitan la tarea a los profesionales del turismo que pueden dar una respuesta concreta al visitante al satisfacer sus necesidades; y a los proveedores, que pueden comercializar sus productos de forma directa con el cliente final.

Por este motivo, el correcto aprovechamiento de los recursos exige importantes modificaciones en la práctica y en la cultura de trabajo. En el ámbito interno, las empresas turísticas necesitan hacer lo mismo, adaptándose a los diferentes estilos de vida, lo que a menudo significa que deben rediseñar su "misión" y replantearse su definición de negocio.

Referencias

Ashley, C., Roe, D., Goodwin, H. (2001). *Pro-poor tourism strategies: Making tourism work for the poor: A review of experience.* Nottingham: ODI, IIED, y CRT.

Buadés, J., Cañada, E., Gascón, J. (2012). *El turismo en el inicio del milenio: una lectura crítica a tres voces. C*olección Thesis. Madrid: Foro de Turismo Responsable.

Cañada, E. (2009). *Impactos del turismo en los países del sur y turismo rural comunitario*. Fundación Luciérnaga y Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID). Nicaragua.

Gascón, J. (2010). "Limitaciones del Turismo Rural Comunitario como instrumento de Cooperación Internacional. El concepto de *Vocación Social del Territorio*" en Nel.Lo, M., Beas, L. (Eds.), *Actas I Congreso COODTUR*. Tarragona: Universidad Rovira y Virgili.

Goodwin, H., McCombes, L., Eckardt, C. (2009). *Consulting Advances in Travel Philanthropy. Raising money through the travel and tourism industry for charitable purposes.* Leeds: WTM Responsible Tourism Day Report 2 2009.

Wall, G. (1996). "Rethinking Impacts of Tourism". *Progress in Tourism and Hospitality Research*. 2, 207-215.

El turismo y las Tecnologías de la Información Geográfica como herramientas necesarias y facilitadoras de la labor de cooperación al desarrollo

Yolanda Pérez Albert. Departamento Geografía, Universidad Rovira i Virgili.

De todos es conocida la capacidad del turismo para contribuir en el desarrollo socioeconómico y, más concretamente, en el alivio de la pobreza de la población de los países en vías de desarrollo. El turismo actúa como catalizador del desarrollo económico en sectores como el de la construcción, infraestructuras de transporte, o las infraestructuras ambientales. Además se considera que el turismo contribuye a la protección y desarrollo del patrimonio natural siempre, claro, en comparación con otros sectores como el de la industria.

Para que el turismo no lleve aparejado una incidencia negativa sobre el territorio y su población, es necesaria la implementación de unas buenas prácticas turísticas basadas en el potencial único de los recursos de los países en vías de desarrollo y en la competitividad derivada de la abundancia de mano de obra a bajo coste. Además, se puede decir que el éxito del turismo en un destino dependerá de la calidad de la planificación turística, del marketing turístico y de la innovación. En cada uno de estos factores aparece de forma implícita el uso de tecnologías, más concretamente, las **Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC)** que se definen como el conjunto de tecnologías desarrolladas para gestionar y compartir información enviándola de un lugar a otro mediante el uso de internet, teléfonos móviles, etc. En el caso que nos ocupa, nos interesa un subconjunto de éstas denominado **Tecnologías de Información Geográfica (TIG)** que se pueden definir como aquellas herramientas especializadas que permiten realizar operaciones de recolección, procesamiento y gestión y análisis de información espacial. Entre ellas se incluyen los Sistemas de Información Geográfica, los Sistemas de Posicionamiento Gobal (GPS por sus siglas en inglés) o la Teledetección. Su capacidad para visualizar la información espacial es clave en los procesos de comunicación, difusión e intercambio de conocimientos (Jovanovic, 2008).

Las TIG en el ámbito del turismo tienen su aportación tanto desde el punto de vista del usuario como del planificador. En el primer caso, las TIG están o pueden estar presentes desde el primer momento, en el que se produce la inspiración del viaje, hasta el último, en el que se recuerda y comparte la experiencia vivida con amigos y familiares. En el segundo, desde el punto de vista del planificador, las TIG se erigen en herramientas que pueden ser aplicadas en diferentes etapas del proceso de planificación del turismo, desde el inventariado y georreferenciacion de recursos turísticos hasta su uso en procesos de participación ciudadana.

Sin ser un inventario exhaustivo, algunas de las aplicaciones de las TIG centradas en el ámbito del turismo son las que seguidamente se detallan. Los *recomendadores turísticos* que, basándose en las preferencias del usuario, pueden proponer el destino que mejor se ajusta a sus intereses o las actividades a realizar y puntos de interés a visitar durante la estancia en el mismo. Las *guías turísticas para plataformas móviles (smart phones, tablets)* donde los usuarios puedan acceder desde sus dispositivos a la guía turística que integra, además de texto e imágenes, vídeos, sonidos e información a tiempo real, por ejemplo, de eventos en el destino turístico. Otras funcionalidades que se pueden añadir a estos dispositivos son el geoposicionamiento (el usuario conoce en cada momento su posición en el mapa), el acceso a información a través de códigos QR. La *Realidad Aumentada* es otra poderosa herramienta que un turista puede utilizar para orientarse en un destino. Se define como la visión, a través de un dispositivo, del mundo real que se combina con elementos virtuales creando una realidad mixta. En este caso, los elementos virtuales corresponden a aquellos objetos de interés para el turista como pueden ser museos o paradas de autobús. Un paso más allá lo da la R*ealidad Virtual* en la que se experimenta una realidad inventada o recreada substituyendo a la realidad física. Esta TIG puede ser utilizada, por ejemplo, para comprobar de forma virtual el impacto que tendría un nuevo desarrollo turístico en un espacio natural y ayudar a la toma de decisiones o para proveer de una experiencia turística a un enfermo incapacitado para viajar. La planificación turística se basa en la negociación de diferentes actores y para que ésta tenga éxito es clave utilizar instrumentos que permitan su participación en la toma de decisiones y disponer de información precisa, que se muestre de una forma comprensible. En este caso, los *Sistemas de Información Geográfica Participativos (SIGP) o los Sistemas de Información Geográfica de Participación Pública* (SIGPP) son las herramientas TIG que satisfacen estas exigencias (Sieber, 2006).

Hasta aquí se han mencionado algunas de las posibles aplicaciones y beneficios de las TIG en el sector turístico pero, si se contextualiza en el ámbito de la cooperación, es necesario mencionar algunos de los problemas que con frecuencia aparecen (Rodríguez y Bosque, 2009). Estos son:

- las TIG aplicadas en proyectos de cooperación en el ámbito del turismo se encuentran infrautilizadas, es decir, no se llegan a desarrollar todas sus capacidades.
- las licencias de software SIG comercial es un limitante económico que puede ser solucionado, en parte, implementando software libre y de código abierto.
- son programas considerados como "sofisticados" para personal no experimentado en su manejo lo que supone la necesidad de entrenamiento con la consecuente dilación en tiempo e incremento en recursos económicos.
- la disponibilidad de información cartográfica digital de calidad y con el detalle necesario es escasa lo que supone un esfuerzo añadido al tener que generar las bases de datos.
- el carácter estacional de muchos de los proyectos de cooperación supone que, en algunos casos, no haya una continuidad de los mismos y que la implementación de estas herramientas no llegue a completarse o, que si se llega a ello, no se continúe con su mantenimiento.

A pesar de los problemas detectados en el ámbito del turismo y las Tecnologías de la Información Geográfica, no dejan éstas de ser unas herramientas necesarias y facilitadoras de la labor de cooperación al desarrollo.

Bibliografía

Jovanovic, V. (2008): The Application of GIS and its Components in Tourism, en: *Yugoslav Journal of Operations Research,* Vol 18, n. 2, pp. 261-272, 2008.

Rodríguez, V.M.; Bosque, J. (2009): Aplicaciones de las TIG en las ONG: problemas y soluciones, en: *[cuadernosinternacionales] de tecnología para el desarrollo humano,* núm. 2, febrero de 2009, pp. 1-11. http://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2099/7582/08_TIG_04_bosque.pdf?sequence=1

Sieber, R. (2006): Public Participation Geographic Information Systems: A Literature Review and Framework, en: *Annals of the Association of American Geographers*, Vol. 96, Issue 3, pp. 491–507, Septiembre, 2006.

NUEVAS OPORTUNIDADES DE COOPERACIÓN. TURISMO, GLOBALIZACIÓN, CAMBIO CLIMÁTICO Y NUEVAS TECNOLOGÍAS.

Cooperación internacional y prácticas cooperativas. Los centros eco turísticos y de conservación de la selva en la Zona Maya de Quintana Roo, México.

Dra. Verónica Rueda Estrada
Dra. Natalia Fiorentini Cañedo

Universidad de Quintana Roo-Unidad Académica Playa del Carmen. Quintana Roo, México

RESUMEN

Los últimos reportes del Índice de Desarrollo Humano (IDH) en los municipios quintanarroenses, evidencian las brechas que en materia de desarrollo existen a nivel local en la entidad (PNUD, 2014, IDH Municipal en México: nueva metodología). Contrasta la realidad pujante del norte del estado (Benito Juárez, Cozumel, Isla Mujeres y Solidaridad), dedicado principalmente a la actividad turística, con un sur rural (José María Morelos, Lázaro Cárdenas y Felipe Carrillo Puerto), dedicado principalmente a la producción agrícola, misma que no está articulada con los enclaves turísticos. Los niveles de salud, educación y empleo en estos municipios son precarios, por ello cuentan con los IDH más bajos de la entidad. Se advierte que el sur quintanarroense es una región donde no existen acciones que involucren de manera permanente a los tres niveles de gobierno y que tengan por objetivo estimular, con éxito, la innovación productiva en estos sitios. De ahí la importancia de aproximarse a los ámbitos de interacción social que han sido utilizado por diversas comunidades rurales para mejorar su calidad de vida y dar solución a problemas productivos específicos. Uno de estos ámbitos han sido las cooperativas o empresas sociales, y resulta indispensable generar proyectos de investigación de largo alcance, de tipo comparativo, que permitan identificar los obstáculos enfrentados y los factores que contribuyen al éxito o fracaso de este tipo de emprendimientos comunitarios.

La presente ponencia es un primer paso en esa dirección y tiene por objetivo analizar la relación existente entre las prácticas cooperativas y los proyectos financiados por la cooperación internacional en la Zona Maya de Quintana Roo, con la finalidad de mejorar la calidad de vida de sus habitantes. Se toma como caso de estudio el Centro Eco Turístico Sijil No Ha desarrollado por el Ejido Felipe Carrillo Puerto y la Asociación Civil Uyoolche. El proyecto consta de cabañas equipadas, baños ecológicos, estufas solares, trampas de grasa y reciclaje de basura. Funciona como cooperativa con 252 socios que trabajan para el mantenimiento, desarrollo y conservación de la cooperativa turística, misma que es administrada por el Comité Ejidal. El centro, considerado como reserva forestal, está certificado por la SEMARNAT debido a que se lleva un registro de la flora

existente en el lugar, además de operar un programa de captura de carbono en coordinación con investigadores de México y de Noruega .

En diciembre de 2012 tras la firma de un convenio de colaboración, Sijil No Ha obtuvo vía Uyoolche 1.8 millones de pesos donados por el gobierno de Noruega a través del Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) para el establecimiento de un sitio de monitoreo intensivo como parte de la Estrategia Nacional para la Reducción de Emisiones por Deforestación y Degradación Forestal (REDD+). El proyecto está centrado en la participación de los pobladores, a través de brigadas, para la colecta de información, mismos que fueron capacitados por la agencia cooperante. Por medio del trabajo de campo en Sijil No Ha, se analizará en qué medida las prácticas cooperativas fueron propuestas por la comunidad o por las agencias de cooperación, así mismo se busca determinar el nivel de aceptación y naturalización de las mismas; de manera paralela se buscará determinar el impacto que estás prácticas y proyectos tienen en las condiciones de vida de los miembros del Centro Eco turístico.

Palabras clave: Cooperación Internacional para el Desarrollo; Prácticas cooperativas; Centros ecoturísticos; Zona Maya; Captura de Carbono

ABSTRACT

The latest reports of the Human Development Index (HDI) in the municipalities of Quintana Roo, demonstrate the existing development gaps at the local level (UNDP, 2014, Municipal HDI in Mexico: new methodology). This situation is an example of the thriving reality of the North part of the State (Benito Juárez, Cozumel, Isla Mujeres and solidarity), dedicated mainly to the tourist activity, that contrast with a rural South (José María Morelos, Lázaro Cárdenas and Felipe Carrillo Puerto), sustained by agricultural production that is not articulated with the northern municipalitites. The levels of health, education and employment in these municipalities are precarious. Unfortunately, Quintana Roo is a region where there are no actions that involves on a permanent basis the three levels of government and that have as their objective to stimulate productive innovation in these sites. Hence the importance of approaching the areas of social interaction that have been used by different rural communities to improve their life quality and to solve specific production problems. One of these areas have been the cooperatives also know as social enterprises, and it is indispensable to generate research projects of long-range that allows us to identify the obstacles faced and the factors contributing to the success or failure of this type of community enterprises.

The present paper is a first step in that direction and aims to analyze the relationship between cooperatives practices and projects financed by International Cooperation in the Mayan Zone of Quintana Roo, to improve the life quality of its inhabitants.

The Touristic Eco Center of Sijil No Ha it is taken as the case study of this paper, it was developed by the Ejido Felipe Carrillo Puerto and the Uyoolche Civil Association. The project includes equipped cabins, grease and waste recycling, composting toilets, and solar stoves. It works as a cooperative with 252 members, who are responsable of the maintenance, development and conservation of the Touristic Eco Center. The Center,

considered as forest reserve, is certified by the SEMARNAT for having a record of the existing flora at the site, in addition it operates a program of carbon sequestration in coordination with researchers from Mexico and Norway.

In December of 2012, following the signing of a collaboration agreement, Sijil No Ha obtained via Uyoolche 1.8 million dollars donated by the Government of Norway through the United Nations Development Program (UNDP) for the establishment of a monitoring site for the reduction of emissions from deforestation and forest degradation (REDD). The project is focused on the participation of villagers, through brigades, for the recollection of information, who were trained by the cooperating agency. Through the work field in Sijil No Ha will discuss to what extent the cooperative practices were proposed by the community or by the cooperation agencies; it also seeks to determine the level of acceptance and naturalization of the project; additionally it will seek to determine the impact of the projects in the life of the members of the Eco Centre.

Keywords: International Development Cooperation; Cooperative practices; Ecotourism centers; Maya area; Carbon Sequestration

INTRODUCCIÓN

A partir de la década de los ochenta con las crisis económicas, sociales, políticas y ambientales en el mundo, la Cooperación Internacional para el Desarrollo (CIPD)[1] se transformó en un tipo de cooperación focalizada al ámbito local través de las relaciones intergubernamentales, es decir, amplió su campo de acción por medio de una distribución de competencias entre los tres niveles de gobierno (federal, estatal y municipal o local). De esta manera los proyectos de las agencias de cooperación pueden desarrollarse en el plano local sin el control de las dependencias federales, aunque sí con su intermediación. A partir de los noventa en la CIPD se incluyó la dimensión participativa a través de los comités de planeación y de desarrollo estatal y municipal. Se trata entonces de responsabilidades que se le presentan a los gobiernos locales y que no siempre son cumplidas de manera satisfactoria, por ello y como una forma de promover la gobernanza, las agencias bilaterales y multilaterales se han acercado a los estados, municipios y sobre todo a las comunidades y asociaciones civiles para promover mejoras en la educación, salud y vivienda; la creación de empleos mediante la generación de procesos de desarrollo económico local -entre los que se encuentran los basados en el turismo rural comunitario-; la gestión descentralizada del medio ambiente, así como las políticas de lucha en contra de la pobreza, la exclusión social y la promoción de la cohesión social. (Ponce y Sánchez, 2010:12-16).

Como señala Scheyvens la historia del turismo como sector de la cooperación apenas supera las dos décadas (2007 citada en Gascón *et al.*, 2013:7). Hasta los años ochenta del

[1]La CIPD es entendida como el conjunto de acciones realizadas entre los actores públicos y privados locales, regionales, nacionales y/o internacionales que tienen como objetivo fundamental contribuir a desencadenar procesos de desarrollo local. El Desarrollo Local es la acción conjunta y coordinada de las instituciones públicas y sociales, locales, regionales y nacionales que a partir de una serie de cambios y negociaciones buscan desencadenar un proceso sostenible de desarrollo económico, humano, ambiental y social de un municipio particular (Ponce y Sánchez, 2010:13-14).

siglo pasado "predominaba la idea de que el turismo excluía o perjudicaba a amplios sectores de la población, especialmente a los más vulnerables, por lo que no podía ser un instrumento adecuado para la cooperación al desarrollo". El cambio de paradigma se dio en la década de los noventa con el surgimiento de metodologías como *Pro-Poor Tourism* o el ingreso de la Organización Mundial del Turismo (OMT) en el sistema de Naciones Unidas. Concretamente, según Gascón & Cañada (2005), el turismo rural comunitario, entendido como "un tipo de turismo de pequeño formato, establecido en zonas rurales y en el que la población local a través de sus estructuras organizativas, ejerce un papel significativo en su control y gestión" (citados en Gascón *et al.*, 2013:9), es el instrumento más difundido de la cooperación al desarrollo en turismo. Se considera como un lugar común que dicho instrumento toma la forma de proyectos de desarrollo de dimensión local entendidos como:

> [...] un conjunto autónomo de inversiones, actividades políticas y medidas institucionales o de otra índole, diseñado para lograr un objetivo específico de desarrollo en un periodo determinado, en una región geográfica delimitada y para un grupo predefinido de beneficiarios, que continúa produciendo bienes y/o prestando servicios tras la retirada del apoyo externo, y cuyos efectos perduran una vez finalizada su ejecución. (González Gómez, 2007:9-10 citado en Gascón *et al.*, 2013:11).

Sin embargo, en la práctica se advierten claroscuros relacionados con la cooperación internacional en el turismo. En algunas ocasiones, la CIPD también consciente políticas públicas y actividades empresariales que dañan los derechos de los pueblos y ecosistemas. Especialistas en el tema han abordado el trasfondo ideológico detrás de las intervenciones en cooperación en turismo y concluyen que: las políticas de lucha contra la pobreza de la Organización Mundial del Turismo se basan exclusivamente en la liberalización y desregulación del sector servicios (Schilcher, 2007); que la industria turística ha fomentado el turismo alternativo como un nuevo nicho de mercado en donde se generan "algunos beneficios económicos a la población anfitriona" (Cousins, Evans & Sadler, 2009; Higgins-Desbiolles, 2008), además de promover el neocolonialismo y la dependencia (Manyaraa & Jonesa, 2007); y por último que tal desarrollo sólo se puede alcanzar cambiando las relaciones de poder y no con ayuda económica para participar en los espacios marginales del mercado (Butcher, 2005). Los especialistas también refieren que muchas veces se considera sólo el volumen de ingresos generados para valorar la eficacia de una intervención en turismo y no su redistribución, lo que en ocasiones genera procesos de conflictividad y el aumento de la diferenciación social (Fuller, 2011; Gascón, 2005; Telfer & Sharpley, 2008).[2]

Por otro lado, también abunda la literatura académica que considera que: el turismo es un instrumento para disminuir la pobreza (Tarpy & Andi, 1995, Harrisonab & Schipanic, 2007); es capaz de aumentar el nivel de empoderamiento de la población, particularmente de las mujeres (Tosun, 2000, Sofield, 2003, Fuller, 2014); puede reducir o revertir la migración rural (Su, 2011); bien gestionado favorece el mantenimiento del patrimonio cultural y natural (Rusell, 2000, Nel.lo Andreu, 2008 y Sebele, 2010), o incluso se utiliza como mecanismo de defensa de los recursos campesinos frente a las presiones del mercado (Cañada, 2010).[3]

[2] Todos los trabajos citados en Gascón *et al.*, 2013:12-13.
[3] Todos los trabajos citados en Gascón *et al.*, 2013:12-13.

Como lo apuntan Gascón *et al.* (2013:13), el impacto del turismo como sector de la cooperación no es homogéneo, depende del contexto, el diseño del proyecto, o el nivel y tipo de participación social, además de la ideología detrás de las agencias y agentes impulsores. De ahí la necesidad de realizar estudios de caso que permitan conocer las especificidades de las experiencias concretas. Por ello, el presente trabajo tiene por objetivo analizar la relación existente entre las prácticas cooperativas eco-turísticas y los proyectos financiados por la cooperación internacional en la Zona Maya de Quintana Roo, en el marco del referido contexto de la Cooperación Internacional Descentralizada que en este caso, al parecer, privilegia el rol que juegan determinados sectores como el empresarial y las organizaciones no gubernamentales, con el consecuente reparto desigual de los beneficios entre los ejidatarios.[4] Se toman como caso de estudio los proyectos desarrollados en la Reserva Comunal *Much´ Kanan K´aax* y la Cooperativa Eco-turística *Síijil Noh Ha*, en asociación con el Ejido Felipe Carrillo Puerto (EFCP) y la Asociación Civil *U´yo´olché*. El trabajo consta de cuatro apartados, en el primero se presentan las características del Ejido Felipe Carrillo Puerto; en el segundo las características de la Reserva Comunal *Much´Kanan Káax* y la Cooperativa Eco-Turística *Síijil No Ha* como centro de conservación, así como los proyectos financiados por la CIPD en el Ejido; en un tercero se abordan los retos turísticos y de conservación en el EFCP, finalmente, se presenta el balance que hacen los ejidatarios sobre estos proyectos, y el impacto que han tenido las prácticas cooperativas al interior del ejido. Metodológicamente se trata de una investigación exploratoria, de tipo cualitativo basada en el análisis documental, la observación en campo y en tres entrevistas a profundidad, en este caso, del Comisario Ejidal, la Secretaria-tesorera y un trabajador de la Cooperativa Eco-Turística *Síijil No Ha.*

1. EL EJIDO FELIPE CARRILLO PUERTO (FCP), QUINTANA ROO Y LA BÚSQUEDA DE ALTERNATIVAS PARA EL MANEJO SUSTENTABLE DE LA SELVA MAY

El Ejido Felipe Carrillo Puerto (EFCP), fundado hacia 1940, se encuentra ubicado en la parte centro-sur del municipio del mismo nombre, en la porción centro oriente del estado de Quintana Roo, denominada localmente como "la Zona Maya", aproximadamente a 150 kms. de la capital de la entidad, la ciudad de Chetumal. Cuenta con 47,000 hectáreas, de las cuales 24,543 están dedicadas al aprovechamiento forestal. El ejido forma parte del Corredor Biológico que une a las dos reservas forestales más grandes de la Península de Yucatán, *Sian Ka´an* y Calakmul. (Ejido Felipe Carrillo Puerto-*U´yo´olché* A.C., 2005: 5,11-38), las cuales forman parte de la Selva Maya.[5]

---

[4] En México la Cooperación Internacional Descentralizada se caracteriza por el trabajo directo de las agencias con los habitantes y las ONG´s locales, con el apoyo de entidades federales como: la Comisión Nacional para el Conocimiento y Uso de la Biodiversidad (CONABIO), la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT), la Comisión Nacional Forestal (CONAFOR), la Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas de México (CONANP), entre otras. Ello debido a que los municipios se han visto rebasados porque las directrices de los proyectos no necesariamente vienen acompañadas de recursos jurídicos, financieros, conocimientos y habilidades técnicas para su diseño e implementación.

[5] Se trata de una amplia zona selvática compartida por Belice, Guatemala y México, es la mayor zona de selva tropical en el norte de la Amazonia brasileña, tiene una extraordinaria biodiversidad y 20 ecosistemas diferentes. La Selva Maya ha sido explotada desde la época colonial cuando los ingleses y españoles extraían sus maderas preciosas; posteriormente, la industria chiclera también ocasionó un daño considerable. En la actualidad sus mayores enemigos son el avance de la frontera agrícola, la cría de ganado a gran escala, los

La importancia ecológica de la Selva Maya ha hecho que diversos programas de CIPD hayan trabajado en la zona, es el caso del Programa Selva Maya de Conservación y Sustentabilidad de la Agencia Alemana de Cooperación (GIZ)[6] y el Programa Manejo Comunitario de Áreas Protegidas de Conservación (COMPACT) del Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) y la Fundación para las Naciones Unidas. Este último busca potencializar la efectiva integración entre desarrollo local sustentable y la conservación, al demostrar que la conservación contribuye al desarrollo local, a la economía nacional, y al desarrollo cultural.

Las fuentes de ingresos del ejido provienen de la venta de madera, la renta de casas y edificios, cuotas de aprovechamiento de material pétreo (*sascab)* y de otros recursos naturales -como la reforestación de la caoba y el cedro apoyada por PROCAMPO siempre y cuando los ejidatarios les den mantenimiento-, ventas de lotes urbanos, la actividad agropecuaria, el monitoreo forestal comunitario, la apicultura, la captura de carbono, el monitoreo del agua, la conservación de la biodiversidad y el turismo ecológico.

Al ejido lo conforman 252 ejidatarios/as, el 80.5% son varones y el restante 19.5% son mujeres -de éstas, el 79% son viudas y el 20% son herederas del título de su padre o madre. En cuanto a la composición etaria de los ejidatarios/as, el 31% tiene más de 70 años, el 48% entre 50 y 70 años, el 18% entre 31 y 50, y un marginal 3% entre 18 y 30 años. El 70% de los ejidatarios/as hablan maya y español, mientras que un 30% sólo maya. Se estima que un 70% de los ejidatarios/as profesan la religión católica, el restante 30% otras confesiones religiosas como la mormona, la sabadista o testigos de Jehová (Ejido Felipe Carrillo Puerto-*U´yo´olché* A.C., 2005:35-38).

En relación al aprovechamiento forestal en el Ejido FCP, éste se realiza desde hace más de 60 años. Pero no fue hasta 1997, cuando el propio ejido realizó por primera vez el inventario forestal para el aprovechamiento de sus recursos maderables de manera directa con el apoyo de los servicios de un Técnico Forestal capacitado (Ejido Felipe Carrillo Puerto-*U´yo´olché* A.C., 2005:29). La larga historia de aprovechamiento forestal del EFCP, aún después de fomentarse la participación de los ejidatarios, no ha estado exenta de problemas. En la actualidad la mayoría de los ejidos en Quintana Roo sufren la presión del crecimiento de las manchas urbanas y particularmente de la construcción de infraestructura carretera con la que se pretende comunicar a las principales ciudades de la Península de Yucatán (Mérida, Cancún, Chetumal, Tulum, Playa del Carmen).[7] También graves son los incendios forestales, la sequía, la tala ilegal, las plagas, el tráfico de maderas preciosas y la invasión a terrenos ejidales, además de la realización de trabajos de explotación petrolera por parte de la Secretaría de Energía (SENER) en los ejidos Andrés

---

incendios forestales, la tala ilegal y el comercio ilegal de flora y fauna, mismos que están reduciendo constantemente el área de selva tropical. (GIZ, 2010).

[6] El Programa Selva Maya es coordinado por la Agencia Alemana de Cooperación Internacional *Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit* (GIZ por sus siglas en alemán) por encargo del Ministerio Federal de Cooperación Económica y Desarrollo de Alemania (BMZ), en conjunto con la Comisión Centroamericana de Ambiente y Desarrollo (CCAD) y las contrapartes en los países en los que opera: la Comisión Nacional de Áreas Protegidas de Guatemala (CONAP), la Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas de México (CONANP) y el Ministerio de Silvicultura, Pesca y Desarrollo Sustentable de Belice. En México el programa trabaja en Chiapas, Quintana Roo (particularmente en Bacalar) y Campeche (en Calakmul). (GIZ, 2010).

[7] La Península de Yucatán abarca a los estados de Quintana Roo, Campeche y Yucatán.

Bello, al sur del municipio de Felipe Carrillo Puerto y el caso del Ejido Laguna Om. (Noticaribe, 4 de agosto de 2014). El manejo forestal se complica por la afectación a los intereses de grupos locales con diversos niveles de poder -antiguos concesionarios, traficantes de madera, especuladores de tierras, entre otros.

Flacshenberg y Galletti (1999), refieren que para poder convertir el uso racional de los recursos forestales en un ingreso económico atractivo para la población local, en este caso para los ejidatarios, se requiere de: a) un proceso de negociación entre los actores que permita modificar la correlación de fuerzas en el campo; b) de un agente "externo" con capacidad de promover a nivel local la implantación de nuevas prácticas y estructuras para que la población se convierta en un sujeto activo de cambio social y técnico; c) que la organización campesina avance hacia un tipo de organización compatible con el concepto de "Empresa forestal", entendida como una entidad organizativa capaz de llevar a cabo las funciones de planeación, ejecución y control, y tomar todas las medidas necesarias para asegurar el rendimiento sostenido del bosque, y d) complementar el aprovechamiento forestal con otras alternativas sustentables que permitan generar mayores beneficios para los ejidatarios.

Entre estas alternativas, destaca la participación del EFCP en la captura de emisiones de carbono en la Reserva Comunal *Much´ Kanan K´aax* y las actividades de la Cooperativa Eco-turística *Síijil No Ha.* En ambos proyectos destacan la participación de agentes externos, como cooperantes internacionales, el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), redes de organizaciones civiles, tour-operadores y dependencias federales como SEMARNAT y CONAFOR.

2. LA RESERVA COMUNAL MUCH´ KANAN K´AAX Y LA COOPERATIVA ECO-TURÍSTICA *SÍIJIL NOH HA:* EL PROYECTO DE CAPTURA DE CARBONO Y EL CENTRO DE EDUCACIÓN Y CONSERVACIÓN AMBIENTAL EJIDAL FINANCIADO POR LA COOPERACIÓN INTERNACIONAL

Síijil Noh Ha -palabras mayas que en español significan "De donde brota el agua"-, es un proyecto cooperativo eco-turístico sustentable ubicado en los terrenos de la reserva ejidal *Much´ Kanan K´aax* en el EFCP. Se encuentra situado a la orilla de una zona de lagunas a unos 8 kms. al sur de la ciudad de Felipe Carrillo Puerto -cabecera del municipio del mismo nombre y a unas dos horas de Playa del Carmen. Lleva ese nombre porque como parte del complejo lagunar hay un cenote (ojo de agua) de donde emana agua todo el año. Entre los servicios que ofrecen se encuentran paseos en canoa, kayak, lancha eléctrica, torres de avistamiento de flora y fauna, restaurante, renta de cabañas y recientemente la renta del espacio para encuentros religiosos, de yoga, celebración de aniversarios y pláticas sobre la captura de carbono. La mayor afluencia de visitantes se da en los periodos vacacionales en donde ingresan al sitio "como mil personas al día" (Entrev. Doña Rosa María Dzub, Secretaria y Tesorera de la Cooperativa eco-turística, realizada el 15 de junio de 2015 en la Casa Ejidal de Felipe Carrillo Puerto y en el centro ecoturístico *Síijil Noh Ha* por Natalia Fiorentini).

La Cooperativa Eco-Turística surge en 2009 en el marco de las gestiones realizados por *U´yo´olché* A.C y el financiamiento del Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo

(PNUD). La creación de la cooperativa es parte de una estrategia que mezcla la conservación ambiental y el turismo. Se puede decir que ambos proyectos son complementarios, pues no se entiende *Síijil Noh Ha* sin la Reserva Comunal *Much´ Kanan K´aax*. Desde 2006 por medio de la Iniciativa de Manejo y Conservación Comunitaria de Áreas Protegidas (COMPACT) y su trabajo en la Reserva de la Biósfera de *Sian Ka´an* se inició un proyecto piloto de Captura de Carbono en el EFCP. Los líderes indígenas a través de *U'yo'olché* A.C comenzaron con un estudio de viabilidad con un enfoque sostenible de gestión para generar ingresos –Pago de Servicios Ambientales en la Categoría de Captura de Carbono- y poder proteger la zona forestal al mismo tiempo que creaban puestos de trabajo entre los miembros del ejido. Como resultado del proceso, en 2007, declararon las 1,230 hectáreas como Reserva Comunal *Much´ Kanan K´aax*[8] y en 2008 recibieron la primera donación de COMPACT para preservar la zona y evitar la deforestación del ejido, el apoyo también fue usado en la formación y desarrollo de capacidades de las comunidades locales involucradas en el tema de REDD+. Una segunda fase del proyecto sirvió para la transferencia de conocimiento entre las comunidades y para lograr los certificados de bonos a través de la Fundación Plan Vivo.[9] (Moure, 2013:34).

El 6 de diciembre de 2012 tras la firma de un convenio de colaboración, *Síijil Noh Ha* obtuvo vía *U´yo´olché* A.C. 1.8 millones de pesos donados por el gobierno de Noruega a través del Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) para el establecimiento de un Sitio de Monitoreo Intensivo de Carbono (SMIC) –que forma parte del Sistema de Monitoreo, Reporte y Verificación (MRV)- de la Estrategia Nacional para la Reducción de Emisiones por Deforestación y Degradación Forestal (REDD+) en colaboración con la Comisión Nacional Forestal (CONAFOR). El proyecto busca el establecimiento de un sitio de monitoreo intensivo para generar información relevante sobre flujos de carbono forestal y la creación de empleos en el monitoreo comunitario de bosques a través de brigadas conformadas por diez personas. Los pobladores participan a través de brigadas para la colecta de información, para ello los ejidatarios fueron previamente capacitados por biólogos en cuanto a normas y procedimientos. El sistema está ubicado en una superficie de tres hectáreas de la reserva *Much´ Kanan K´aax* donde se genera información sobre la cobertura de la vegetación, estructura, composición de especies, flujo de dióxido de carbono (CO2) del suelo, carbono orgánico disuelto e intercambio neto de CO2 en el ecosistema. (Reyes Pantoja, 2015).

Actualmente CONAFOR implementa la Iniciativa de Fortalecimiento de Capacidades para el Monitoreo Comunitario en México, el EFCP es uno de los seis programas piloto que buscan que:

> […] A través del fortalecimiento de sus capacidades de monitoreo, los actores locales se empoderan al conocer el estado de sus recursos naturales de manera que les sea útil para la toma de decisiones informadas y la implementación de buenas prácticas de gestión de su territorio. La iniciativa promueve que los comités de monitoreo estén integrados por gente de la localidad a través de procesos participativos e incluyentes, en el que los integrantes de cada ejido o comunidad tomen las decisiones sobre a qué recursos desean dar seguimiento,

---

[8] En 2005 la reserva fue certificada por CONAP como Área de Conservación Voluntaria, la primera en su tipo en la Península de Yucatán.

[9] La metodología incluye talleres de intercambio de conocimiento, la investigación comunitaria basada en la experiencia de reforestación en el campo, lo que refuerza el sentido local de propiedad y el capital social, sistematización del conocimiento para fomentar el intercambio entre comunidades y el uso del maya y español en los talleres y publicaciones. (Moure, 2013:34).

con base a las necesidades y problemáticas que enfrentan en su territorio. (CONAFOR, 2014).

El proyecto se presentó a los ejidatarios en abril de 2014 y se aprobó, con lo cual se conformaron dos brigadas de monitoreo de agua cuyos integrantes son ejidatarios o sus hijos, quienes reciben un salario por la recolecta de datos. Se les dio capacitación y se determinaron cuatro sitios de monitoreo dentro de la laguna y un cenote aledaño, así también se decidió realizar levantamientos mensuales durante un año dentro de la Cooperativa Eco-Turística *Síijil Noh Ha*. (CONAFOR, 2014) Es así como la reserva ejidal y la Cooperativa del EFCP han crecido entrecruzadas, los proyectos de una impactan positivamente en la otra, ambas han logrado convertirse en un centro de educación ambiental que sirve como ejemplo para la Península de Yucatán.

Una iniciativa que fortaleció a ambos proyectos fue la inauguración, en octubre de 2011, del primer eco-museo dentro de la Cooperativa Eco-turística *Síijil No Ha*, el cual fue diseñado con el apoyo de *U´yool'ché*; en él se exponen las principales actividades productivas, de conservación y de manejo sustentable realizadas dentro del área ejidal (*Muchkanankaax wordpress*). También benéfica fue la certificación de la SEMARNAT en la norma NOM-133 por medio del estudio de impacto ambiental a finales de 2013. Nuevamente el EFCP trabajó colaborativamente con *U´yo´olché* A.C., ello se suma a la instalación de cuatro trampas fotográficas, es decir, cámaras de alta resolución para fotografiar la fauna silvestre de la zona. Esta certificación garantiza el aprovechamiento de los recursos del centro pero sin afectar la flora y la fauna del balneario y sus alrededores. (Redacción Forum, s/f).

Para lograr la certificación de los servicios eco-turísticos se hicieron varios estudios de los servicios que brindaba el centro, ahí se comprobó el funcionamiento de las trampas de grasa en la cocina, el uso de estufas ecológicas[10], el funcionamiento de los paneles solares que dan energía al refrigerador y al alumbrado del centro, el sistema de reciclaje de la basura, el correcto manejo de los desechos sólidos, los baños secos, el programa de composta y la limpieza de la laguna. Parte de esa documentación fue utilizada para el Programa de Captura de Carbono, mismo que como ya se mencionó se realiza en coordinación con investigadores de México y Noruega. Como parte del programa se realizaron estudios sobre los árboles del ejido, la variedad y calidad de los mismos, el levantamiento concluyó en 2014. En enero de 2015 una comitiva de la Agencia Noruega de Cooperación para el Desarrollo (NORAD) visitó el EFCP para constatar los avances del Sistema de Monitoreo, Reporte y Verificación (MRV). La visita de seguimiento del proyecto Fortalecimiento REDD+ y la Cooperación Sur-Sur derivó en una nueva aportación de 90 millones de coronas -el equivalente a 11,085,381.72 dólares- para la capacitación del personal y apoyo a las instituciones (NORAD, 2015).

El Programa COMPACT también fue fundamental para apoyar el turismo comunitario y ecoturismo. Hasta 2013 ha implementado en la zona vecina a *Sian Ka'an* 20 proyectos de turismo comunitario y pesca (Moure, 2013:31), entre los que se encuentran *Las Orquídeas de Sian Ka'an*, *Melitzaak,* Flor de Tajonal y el propio *Síijil No Ha*. Por su parte, a lo largo

[10] Las estufas utilizan el sistema “*Tumben Kohben*”, que en maya significa “nueva candela o nuevo fogón”, consiste en un fogón de encierro de la leña para que tenga un sistema de cocimiento con poca leña, además de que tiene chimenea, es decir, es poco dañino para quien concina y de poco impacto ambiental.

de 28 años, la asociación Amigos de *Sian Ka'an* refiere haber realizado más de 500 proyectos en el territorio de Quintana Roo, entre los que se encuentra la "consolidación" de 17 cooperativas conformadas por miembros de comunidades maya**s,** de las cuales 10 están certificadas por la Norma Oficial Mexicana NOM-133, que garantiza la sustentabilidad en su trabajo. A su vez, Vicente Ferreyra Acosta, Coordinador de Turismo Sustentable dentro de la asociación Amigos de *Sian Ka'an*, describió que crearon una Red de Ecoturismo con la intención de que recibieran apoyo por parte del Corredor Biológico Mesoamericano fundamentalmente para que promocionen la marca destino *Maya Ka'an*[11], como una de las principales atracciones (Novedades, 17 de agosto de 2014). La Red integra a tres municipios -Tulum, Felipe Carrillo Puerto y José María Morelos, nueve localidades y 17 empresas de turismo comunitario.

Las prácticas de gestión del EFCP han sido considerables y los logros obtenidos también han sido importantes; es uno de los pocos ejidos que ha recibido apoyo de la CIPD de manera sostenida desde 2006. Sin embargo a pesar de los esfuerzos y de los atractivos naturales, el flujo de visitantes a *Síijil Noh Ha* y a la reserva comunal sigue siendo menor. En el siguiente apartado, se presenta parte del trabajo de campo en el EFCP, se busca determinar el nivel de aceptación y naturalización de los proyectos y el impacto que estás prácticas y proyectos tienen entre los miembros del EFCP.

3. COOPERACIÓN INTERNACIONAL Y PRÁCTICAS COOPERATIVAS, LOS RETOS TURÍSTICOS Y DE CONSERVACIÓN EN EL MFCP

A pesar de los esfuerzos de la CIPD, la falta de oportunidades y beneficios para las comunidades de la Zona Maya es evidente, y todo esfuerzo por promover un desarrollo social y ambientalmente sostenible en esta región es pertinente siempre y cuando se considere que la cultura local debe permear todos los aspectos de un proyecto de esta naturaleza. Es bien sabido que la zona norte del estado de Quintana Roo ha mejorado sus niveles de vida gracias al turismo, es entonces que se vuelve una aspiración para el empobrecido sur. En la entrevista realizada a Don Clementino Uc Pacab, Comisariado ejidal, sobre el interés de los miembros del EFCP en las cooperativas turísticas y otros proyectos, mencionó que tradicionalmente eran iniciativas de otros países y los recursos quedaban en la bolsa de los intermediarios sin que los ejidatarios supieran en qué consistían los proyectos, ello era fuente de desconfianza:

> Cuando lo del proyecto de la captura de carbono que tenemos en esa zona de reserva, los campesinos se preguntaban ¿y esas personas qué están haciendo allá? […] hicimos una reunión y preguntamos qué está pasando, los comisarios de antes nos dijeron que se expidieron permisos para la captura de carbono y hacer estudios y experimentos, entonces ellos necesitaban de una autorización de la asamblea, convocamos a una asamblea con ellos, ellos querían que se autorice el proyecto que están haciendo allá, porque el dinero no lo manejaba el ejido, lo manejaban ellos, entonces esos recursos no llegaban al ejido, ellos manejaban y utilizaban al ejido, entonces los compañeros un poco despiertos algunos,

[11] La marca destino *Maya Ka'an* "Donde la tierra late", nace en 2014 como una alternativa de ecoturismo de bajo impacto para la diversificación de la oferta turística del estado. Para su concepción el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) destinó 500 mil dólares, a los que se sumaron 500 mil más por parte de organismos y agrupaciones patrocinadoras, con el fin de: "abrir las puertas a un mercado de turismo selecto y de alto nivel, amante de la naturaleza y la cultura". El proyecto, "pionero" en su tipo, cuenta también con el respaldo del Fondo Mundial para la Naturaleza (WWF por sus siglas en inglés) y la Fundación Carlos Slim, además del programa Pequeñas Donaciones de Naciones Unidas. (El Financiero, 8 de mayo de 2015).

dijeron no, no, no [*sic.*] vamos a suspender el trabajo de estas personas y así fue, se suspendió ese trabajo hasta que esto pase a manos del ejido, y así fue, aceptaron […]
Se pidió a los responsables del proyecto México y Noruega que explicaran en una asamblea en qué consistía la captura de carbono, así se entendió, que el ejido iba a ser beneficiado pero no en el corto plazo. Se trató de un proceso de convencimiento para mantener el proyecto con una condición, que el pago de la nómina ya no lo hicieran los responsables del proyecto sino el ejido, "ellos que manden la relación de quienes trabajaron y el ejido tiene el control de la nómina, y entonces si […] sale algo de utilidades y se reparten. (Entrevista a Don Clementino Uc Pacab, Comisariado Ejidal del EFCP, realizada el 16 de junio en la Casa Ejidal por Natalia Fiorentini).

La investigación exploratoria realizada en *Síijil No Ha*, arroja la existencia de cierto malestar con los agentes externos por considerar que sus intereses no están siendo representados –a pesar de que en la metodología de diseño e implementación se les debe considerar-, también es el caso de la Red de Turismo Comunitario de la Zona Maya de Quintana Roo. Por un lado el presidente de la Red, Damián Gómez Xool, agradeció el apoyo brindado por la marca destino *Maya Ka'an* a las comunidades mayas para poder consolidar su oferta de ecoturismo y promover sus atractivos a nivel nacional e internacional; pero por el otro, se advierte que las decisiones en la Red se toman de manera vertical y con poca transparencia. El malestar también es compartido, en mayor grado, por el Consejo Ciudadano para la Defensa de la Reserva de la Biosfera de *Sian Ka'an*[12], por la agrupación cívica "Carrilloportenses unidos para el desarrollo integral de la zona maya"[13] y por el Frente Único de Colonos Indígenas de Felipe Carrillo Puerto (FUCIFCP)[14]. En términos generales las tres instancias consideran que la mayoría de las comunidades rurales de la zona han quedado excluidas de los proyectos promovidos por la Asociación de Amigos de *Sian Ka'an* a través de la marca destino *Maya Ka'an* (Sipse Noticias, 12 de agosto de 2013). Situación que ejemplifica la existencia de procesos de conflictividad y de diferenciación social motivados por la exclusión de algunos vecinos en los referidos proyectos (Fuller, 2011; Gascón, 2005; Telfer & Sharpley, 2008 citados en Gascón *et al.*, 2013:12-13.).

No obstante los problemas que se advierten por intereses encontrados, falta de diálogo, exclusión de unos e inclusión de otros, los avances logrados por las y los ejidatarios de Felipe Carrillo Puerto en casi ocho años de trabajo (2007-2015) -con COMPACT-PNUD y la Asociación Civil *U´yool'ché* y ahora con la marca destino *Maya Ka'an* vigente desde 2014- son importantes a pesar de que existen retos que sortear. Entre los que destacan la

[12] El cual en mayo de 2015 se pronunció en contra de la asociación civil Amigos de Sian Ka'an "por el mal manejo que la organización hace de los recursos que recibe por ese espacio natural" (Sipse Noticias, 15 de mayo de 2015).
[13] En 2013 realizó un foro para plantear alternativas de aprovechamiento sustentable de los recursos de la reserva de la biosfera de *Sian Ka'an*, dado que "a los indígenas de nuestro municipio se les margina y se les prohíben la entrada y el goce de los recursos" (Sipse Noticias, 20 de junio de 2013).
[14] En 2014, 50 integrantes del Frente Único de Colonos Indígenas de Felipe Carrillo Puerto (FUCIFCP) realizaron una manifestación pacífica para pedir a las autoridades municipales y estatales que se ejecute una adecuación al Decreto de la Biosfera que se estableció el 20 de enero de 1986, debido a que desde su punto de vista por lo señalado por Alfaro Yam Camal, presidente del Frente: "sólo ha beneficiado a la Asociación Civil Amigos de Sian Ka'an [...] exhortamos a las organizaciones internacionales, así como al Banco Interamericano de Desarrollo (BID), a no negociar ni hacer ningún trato a espaldas del FUCIFCP" (Sipse Noticias, 1 de abril de 2014).

falta de apoyo de las autoridades locales y estatales a este tipo de proyectos, particularmente en la promoción; aunque la Secretaria y Tesorera del proyecto *Síijil No Ha*, Doña Rosa María Dzub, comentó que a raíz de su inclusión en la Red de Turismo Comunitario los promueven más en la Oficina de Turismo del municipio, pero no lo suficiente:

> Dentro de los problemas comunes a todas las cooperativas es que queremos que la gente del municipio o la gente estatal que nos apoye para dar más difusión a lo que estamos trabajando, porque si no nos damos a conocer, no nos visitan, de eso vivimos en las cooperativas porque no hay más entradas, ¿cuánto más podemos ganar con la gente local?, entonces de ahí sale para pagar los empleados que tenemos, porque se necesita mucho para darles mantenimiento, la misma situación tenemos en todas las cooperativas. (Entrev. Doña Rosa María Dzub).

Sobre la importancia de la capacitación técnica comentó:

> [...] nos ayudaron mucho, nos dieron talleres, nosotros no sabíamos nada, no sabía ni que era Ecoturismo, fuimos aprendiendo [...] uno viene conociendo las cosas [...] tenemos la certificación [NOM-133] gracias a ellos, teníamos el problema del permiso del impacto ambiental porque cuando llevábamos proyectos a CDI [Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas] nos decían que teníamos que tener lo del impacto ambiental, pero gracias a la señora Gabriela que vino de México, ella nos dijo que no teníamos que sacar lo del impacto ambiental porque no impactábamos en el área, entonces lo que hizo ella es que nos dieran una constancia de no impacto y con ese documento era más fácil abrir puertas, fue una ganancia para nosotros (Entrev. Doña Rosa María Dzub).

No obstante, reconoce que la falta de apoyos es permanente y que en la mayoría de las ocasiones "todos los apoyos han venido de fuera, por eso las cooperativas no crecen, porque estamos buscando siempre quien nos apoye" (Entrev. Doña Rosa María Dzub). Falta también generar más confianza entre los actores involucrados, pues si bien en cierto que reconocen que el apoyo técnico ha sido decisivo para la puesta en marcha de los proyectos, no hay claridad en la forma de definir las prioridades en cuanto al ejercicio del recurso obtenido vía financiamiento nacional o internacional, particularmente en cuanto al funcionamiento -toma de decisiones- de la Red de Turismo Comunitario, los gastos de los insumos que se compran a través de la Red y la rendición de cuentas cuando se obtienen o "bajan" fondos. La pregunta formulada por Doña Rosa María Dzub: "¿por qué a algunas cooperativas les dan más [recursos] y a otras menos?'", resume bien la situación. En la Cooperativa valoran mucho la transparencia, sobre todo cuando se trabaja bajo un esquema ejidal, Doña Rosa María refiere:

> [...] les explicamos a los compañeros qué estamos haciendo, qué proyectos estamos manejando, comprobar con facturas que ese recurso que llegó ya se aplicó y están encantados, con los ejidatarios no tenemos problemas, pero con las otras cooperativas a veces sí. Nosotros como cooperativa del Ejido tenemos cada mes una Asamblea, y cada mes se informa cuánto entró en *Síijil,* gastos, todo, todo [*sic.*] se informa. Se confía en la directiva, nos tienen dada esa confianza, siempre nos sentamos a platicar con los compañeros, somos cinco los del Comité de Vigilancia y entonces dijimos vamos a trabajar así, todo lo que sea de proyectos lo debemos aplicar bien para que los compañeros estén contentos y tengan más confianza de lo que nosotros estamos haciendo, esa es mi forma de pensar y mi forma de trabajar acá. (Entrev. Doña Rosa María Dzub).

Otro de los retos importantes para *Síijil No Ha* es mantener el intercambio de experiencias con otras cooperativas eco-turísticas: "cada año tenemos seminarios con los ejidos, se

vienen los ejidos de Chiapas acá a *Síijil*, hace 8 días tuvimos uno [...] con 25 cooperativas que venían de Chiapas y que tienen la misma problemática que tenemos aquí, ellos solitos tocan puertas también pero ellos tienen el turismo" (Entrev. Doña Rosa María Dzub). A raíz de los encuentros advirtieron que uno de los problemas fundamentales para el ecoturismo en Felipe Carrillo Puerto es el acceso de los turistas a *Síijil*, la mayoría es trasladada por un tour-operador en un viaje de entrada por salida el mismo día. De los encuentros también destaca la conciencia adquirida respecto del nicho de oportunidad que tienen para aprovechar los restos de madera producto del aprovechamiento forestal:

> [...] los que vinieron de Chiapas nos platicaron de las artesanías que venden de su propia madera, ellos bajaron un proyecto para que capacitaran a los hijos e hijas de ejidatarios para que aprendan a hacer esas cosas, llaveros y cositas [...] ese es mi sueño, eso quisiera hacer con las ejidatarias, pero ¿cómo lo hago?, ¿a quién me puedo acercar o dirigir? [...], de esos pedazos salen maravillas de esa madera, tenemos mucho material para trabajar, lo que no tenemos es saber cómo hacerlo [...] ¡cuánta madera estamos desperdiciando allá!, con toda esa madera se hace cada cosa, figuras de forma de animales jabalí, tepescuincle, llaveritos, ¡imagínese que diga recuerdo de *Síijil* Noh Ha! (Entrev. Doña Rosa María Dzub).

Reconocen a la captura de carbono como algo distintivo de la cooperativa, "a la gente le gusta ese tema y lo pide, tengo a la gente que da esa plática, el Ing. Arreola es el que les explica a los estudiantes y se van maravillados, tenemos material para enseñarles a los alumnos, los llevamos al campo para que vean como se mide la madera, les mostramos como se pone una cámara trampa para ver a los animales, se trata de concientizar a la gente" (Entrev. Doña Rosa María Dzub). Doña Rosa María confirma que las difíciles condiciones económicas de la mayoría de las y los ejidatarios, y la falta de una cultura financiera o de negocios, impiden que los beneficios obtenidos en el Ejido y en la Cooperativa se reinviertan. Es importante seguir trabajando la confianza al interior de los ejidatarios como un requisito indispensable para promover nuevos nichos de diversificación, como sería la explotación del *sascab* (piedra caliza que abunda en la zona) utilizada en la construcción de puentes. Por ejemplo, refiere Doña Rosa María, "hay un compañero que quiere trabajar una quebradora para las piedras que tenemos, pero hay gente que dice no porque sólo unos cuantos se van a hacer de dinero, son pensamientos precarios, pero yo no creo eso, tienes que tener confianza, ¡cuánto haría esa quebradora!, tenemos muchas piedras para vender, es un recurso más, una entrada más. (Entrev. Doña Rosa María).

En el siguiente apartado se muestra un balance sobre la presencia de la CIPD y otros actores locales en la zona y su influencia en los proyectos ecoturísticos.

4. REFLEXIONES FINALES:

La reserva y el centro eco-turístico son un ejemplo de Cooperación Internacional Descentralizada pues los actores locales, en este caso *U´yo´olché* A.C y el Ejido Felipe Carrillo Puerto, han sido los impulsores y beneficiarios de la cooperación sin intermediación municipal. A pesar de los grandes avances en los dos proyectos, éstos siguen siendo económicamente poco redituables, pues los recursos no son suficientes para su sostenimiento, ni tampoco para atender las necesidades básicas de los ejidatarios. De ahí que pueda señalarse que los efectos del proyecto eco-turístico, apoyado por diversas instancias de Cooperación Internacional, estén en riesgo a partir de la retirada de

COMPACT-PNUD. La apuesta turística aún no ha dado sus frutos, un problema que comparten con otras ocho cooperativas del municipio[15]. Por lo que es necesaria la conformación de redes de cooperación entre los distintos actores locales, que permitan a las comunidades rurales contar con mejores condiciones para la gestión y el control de los beneficios. Las prácticas comunitarias también han tenido problemas pues es evidente la falta de confianza entre los actores, en primer lugar la molestia de los ejidatarios por los recursos que quedan en mano de los intermediarios, y en segundo lugar las formas patrimonialistas de algunos líderes ejidales.

Dada la relevancia del tema, es necesario realizar las investigaciones que permitan comprobar o no, y bajo qué circunstancias, se cumple lo señalado por Alberto Buscardo Castro, especialista *senior* del Fondo Multilateral de Inversiones del BID, en el sentido de que la marca-destino *Maya Ka'an* no sólo es un proyecto turístico, sino también social y cultural; que cumple con los criterios y reglas establecidas para dar cumplimiento al cuidado ambiental e incorporar a las comunidades (El Financiero, 8 de mayo de 2015). También será necesario documentar el funcionamiento de la Red de Turismo Comunitario de la Zona Maya de Quintana Roo, particularmente los mecanismos para la toma de decisiones, y el tema de la rendición de cuentas y la transparencia. Por el momento se advierte que los agentes externos, algunos de los cuales ocupan múltiples roles, en ocasiones con intereses contrapuestos -como el caso de Vicente Ferreyra, quien es a la vez Director del Proyecto de la Oferta Turística de la Riviera Maya, Coordinador de Turismo Sustentable dentro de la Asociación Amigos de *Sian Ka'an,* Director General de SUSTENTUR y consultor ambiental-, dentro de un red de interacción en donde no todos los participantes tienen la misma fuerza -en términos de acceso y disponibilidad de recursos-, como es el caso de las propias comunidades involucradas.

Para Ferreryra la promoción del desarrollo sustentable "debe ser liderado por el gobierno y la iniciativa privada" (Ferreyra en Sipse Noticias, 17 de febrero de 2015), y luego entonces ¿dónde queda la población local? Sin duda el papel de los agentes externos fue central para el desarrollo de capacidades técnicas para el impulso de la captura de carbono y del ecoturismo en la Cooperativa eco-turística *Síijil Noh Ha*. No obstante, se advierte, que probablemente, a reserva de probarlo con la investigación correspondiente, los actores más beneficiados del proyecto iniciado por COMPACT en la Reserva de *Sian Ka'an* y sus alrededores -el cual incluye al EFCP-, antes que las y los ejidatarios han sido las agencias de viajes, tour-operadores, consultores, y asociaciones civiles que han fungido como intermediarios para "bajar" los recursos financieros de los diferentes fondos nacionales e internacionales disponibles para este tipo de proyectos. De nuevo es necesario documentar científicamente estos procesos, en una zona que transita de una economía pre-turística a una turística, en donde los gobiernos locales (a nivel estatal y municipal) parecen estar ausentes.

---

[15] Las otras cooperativas son: *Chunyaxché, Ubelilek Kaxtik Kuxtal de Tihosuco, Xyaat de Señor, Raxalaj Mayab de Felipe Carrillo Puerto, Laguna Balam Nah Ejido Felipe Carrillo Puerto, Uka'ax Manatí en Chunhuhub y Noh Bec.*

BIBLIOGRAFÍA:

ARCHIVO AGRARIO (Secretaria de la Reforma Agraria (SRA): Expediente Ejidal de Dotación de Tierras 23/19058, 272.2/1950, 272.2/1950 SOP, 272.2/1950 SEDENA, 272.2/1950/ CORETTI). (Secretaria de la Reforma Agraria (SRA). Expediente Ejidal de Dotación de Tierras 23/19058).

CAÑADA, E., (2010): *Turismo en Centroamérica, nuevo escenario de conflicto social,* Foro de Turismo Responsable-AECID, España, Colección Thesis No. 2.

CONAFOR, (2014): Iniciativa de Fortalecimiento de Capacidades para el Monitoreo Comunitario en México, Página web de la Comisión Nacional Forestal, disponible en http://www.mrv.mx/index.php/es/mrv-m/areas-de-trabajo/monitoreo-comunitario.html, consultado el 13 de julio de 2015.

COX R. (2002): "El papel de la Cooperación Internacional en el desarrollo de un turismo sostenible de base comunitaria en Bolivia", disponible en *www.worldcivilsociety.org/documents/20.11_cox_ricardo.doc,* consultado el 1 de junio de 2015.

Ejido Felipe Carrillo Puerto-*U´yo´olché* A.C., 2005: Estudio de Ordenamiento Territorial del Ejido Felipe Carrillo Puerto, disponible en: http://www.era-mx.org/Estudios_y_proyectos/casos/Caso_FCP_2.pdf

El Financiero (8 de mayo de 2014), "Maya Ka'an nueva marca destino en Quintana Roo", disponible en http://www.elfinanciero.com.mx/empresas/maya-ka-an-nueva-marca-destino-en-quintana-roo.html, consultada el 15 de junio de 2015.

GIZ, (2010): *Conservation and Sustainable Use of the Selva Maya*, página web de la Agencia Alemana de Cooperación Internacional *Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit* (GIZ por sus siglas en alemán), disponible en https://www.giz.de/en/worldwide/13435.html, consultado el 10 de julio de 2015.

FERNÁNDEZ R., y RUIZ R., (2010): *Políticas públicas y beneficios privados. Mecanismos, políticas y actuaciones públicas para la globalización del turismo,* Foro de Turismo Responsable-AECID, España, Colección Thesis No. 1.

FLACHSENBERG, H., GALLETTI H. A. (1999): "El manejo forestal de la Selva en Quintana Roo, México", pp. 74-97 en Richard B. Primack *et al.*, *La Selva Maya, Conservación y Desarrollo,* Siglo XXI, México, disponible en: http://www.era-mx.org/Estudios_y_proyectos/xxestudioscaso/Flachsemberg.htm

FORO TURISMO RESPONSABLE (s.f.): "Turismo y Políticas públicas de Cooperación: posicionamiento del Foro de Turismo Responsable", disponible en: http://www.sodepaz.org/cooperacion-mainmenu-4/1245-turismo-y-politicas-publicas-de-cooperacion-posicionamiento-del-foro-de-turismo-responsable.html, consultado el 10 de julio de 2015

GASCÓN, J., MORALES S. y TRESSERRAS J. (Eds.) (2013): *Cooperación en turismo. Nuevos desafío, nuevos debates,* Foro de Turismo Responsable-COODTUR-Universitat Oberta de Catalunya-Universitat de Barcelona, España, Colección Praxis No. 2.

GASCÓN, J. y OJEDA D. (2014): *Turistas y campesinado. El turismo como vector de cambio de las economías campesinas en la era de la globalización*, Foro de Turismo

Responsable-Asociación Canaria de Antropología & PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, España, Colección Thesis No. 4, Colección PASOS No. 12.

MINISTERIO DE EDUCACIÓN DEL PERÚ (MINEDU) (s/f): Agenda 21, disponible en http://www2.minedu.gob.pe/digesutp/formacioninicial/eds/documentos/04_marco_normativo/Agenda_Local_21.pdf , consultado el 13 de junio de 2015.

MOURE, J. (2013): "COMPACT *in the Sian Ka'an landscape: Working with indigenous and local communities in key thematic areas*" pp. 26-39 en BROWN, J, HAY-EDIE, T. (Eds), *Compact. Engaging Local Communities in Stewardship of World Heritage*, SGP-GEF-PNUD-United Nations Foundation, disponible en: https://www.sgp.undp.org/images/Compact_Report_WEB_flat.pdf

Muchkanankaax wordpress, sitio oficial disponible en: http://muchkanankaax.wordpress.com/2011/10/27/inauguran-ecomuseo-del-centro-ecoturistico-siijil-noh-ha/, consultada el 15 de junio de 2015.

MURGUIALDAY C., MORENO D., TOVAR N., CARRARO F. y PUIGDUETA I. (2015): *¿Equidad de género en el turismo? Muchas sombras y algunas luces. Aproximaciones a tres experiencias de turismo no convencional*, Foro de Turismo Responsable-AECID, Barcelona, España, Colección Praxis No. 3.

NORAD (2015): "Noruega apoya la vigilancia de los bosques tropicales en México", página oficial de la *Agencia Noruega de Cooperación para el Desarrollo (NORAD)* disponible en http://www.noruega.org.mx/News_and_events/Cooperacion-y-Proyectos-entre-Noruega-y-Mexico/Noruega-apoya-la-vigilancia-de-los-bosques-tropicales-en-Mexico/#.VaRSPfl_Oko, consultado el 13 de julio de 2015.

Noticaribe (4 de agosto de 2014), "En la mira de SENER: Advierten que Quintana Roo está en los planes de exploración petrolera en tierras ejidales", disponible en: http://noticaribe.com.mx/2014/08/04/en-la-mira-de-sener-advierten-que-qr-esta-en-los-planes-de-exploracion-petrolera-en-tierras-ejidales/, consultado el 15 de junio de 2015.

Novedades (17 de agosto de 2014), "Promueven turismo en zona maya", disponible en: http://sipse.com/novedades/promueven-turismo-en-zona-maya-107613.html, consultado el 15 de junio de 2015.

ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS (1992): *Programa 21*, disponible en

http://www.un.org/spanish/esa/sustdev/agenda21/ consultada el 11 de julio de 2015.

PONCE, A, SÁNZHEZ G. (2010): *Cooperación Internacional para el Desarrollo Local: Aspectos estructurales, experiencias, oportunidades y limitaciones*, Instituto Mora, UAM-A, GTZ, Cooperación México-Alemania, México.

REYEZ, F. (2015): "Con el Apoyo Técnico de la Asociación *U'yo'olché* se estableció un sitio de monitoreo intensivo forestal en Quintana Roo", página web del *Proyecto Fortalecimiento REDD+ y Cooperación Sur-Sur*, disponible en http://www.mrv.mx/index.php/es/noticias/blog/129-colaboracion-uyoolche-fcp.html, consultado el 8 de julio de 2015.

Sipse Noticias (20 de junio de 2013), "Defienden en la zona maya patrimonio de la humanidad", disponible en: http://sipse.com/novedades/defienden-indigenas-patrimonio-de-la-reserva-de-sian-kaan-37669.html, consultado el 15 de junio de 2015.

Sipse Noticias (12 de agosto de 2013), "Comunidades mayas quieren vivir de la Reserva de la Biosfera de Sian Ka'an", disponible en: http://sipse.com/.../piden-someter-a-revision-el-decreto-de-reserva-de-sian-kaan- 46231.html, consultado el 15 de junio de 2015.

Sipse Noticias (29 de julio de 2014), "Tienen conflictos 13 ejidos con SCT", disponible en: http://sipse.com/.../mantienen-13-ejidos-conflictos-legales-por-tierras-104317.html, consultado el 15 de junio de 2015.

Sipse Noticas (27 de agosto de 2014), "Nueva carretera federal aleja a ejidos antes conectados", disponible en: http://sipse.com/.../constructora-de-carretera-parte-en-dos-a-terrenos-ejidales- 109238.html, consultado el 15 de junio de 2015.

Sipse Noticias (2 de febrero de 2015), "Zona ejidal es absorbida por la mancha urbana", disponible en: http://sipse.com/.../crece-la-mancha-urbana-a-costa-de-la-zona-ejidal-135554.html, consultado el 15 de junio de 2015.

Sipse Noticias (17 de febrero de 2015), "Las organizaciones de la Sociedad Civil y el Turismo Sustentable", disponible en: http://sipse.com/opinion/las-organizaciones-de-la-sociedad-civil-y-el-turismo-sustentable-137999.html, consultado el 15 de junio de 2015.

Sipse Noticias (5 mayo de 2015), "Casi 70mil hectáreas ejidales en Quintana Roo ya tienen duelo", disponible en: http://sipse.com/.../casi-70-mil-hectareas-de-tierras-ejidales-pasan-a-manos-de- particulares-150039.html, consultado el 15 de junio de 2015.

Sipse Noticias (15 de mayo de 2015), "Acusan a Amigos de Sian Ka'an de mal majeo de recursos", disponible en: http://sipse.com/novedades/acusan-a-amigos-de-sian-ka-an-de-mal-manejo-de-recursos-151746.html, consultado el 15 de junio de 2015.

Small Grants Programme-PNUD, Sitio Oficial disponible en: http://www.sgp.undp.org/index.php?option=com_content&view=article&id=100&Itemid=158#.VaE6fvmgv-Y, consultada el 11 de julio de 2015.

SODePAZ (s.f.): *Turismo y Desarrollo: experiencias desde la Cooperación Internacional,* SODePAZ-AEXCID, España.

NUEVAS OPORTUNIDADES DE COOPERACIÓN. TURISMO, GLOBALIZACIÓN, CAMBIO CLIMÁTICO Y NUEVAS TECNOLOGÍAS

Mecanismos de seguimiento para la gestión ambiental en empresas ecoturísticas en el contexto de la producción y el consumo sustentable

Lic. Gloria Godínez Guerrero
Dra. Larisa Ivette Alcérreca Molina

Sección de Estudios de Posgrado e Investigación (SEPI), Escuela Superior de Turismo, Instituto Politécnico Nacional. México

RESUMEN

La Producción y Consumo Sustentable refiere "al uso de servicios y productos que respondan a las necesidades básicas y mejoren la calidad de vida, al mismo tiempo que minimizan el uso de recursos naturales y de materiales tóxicos, además de tomar en cuenta la generación de residuos y contaminantes a lo largo del ciclo de vida de un producto o servicio, sin poner en riesgo la satisfacción de las necesidades de las generaciones futuras" (PNUMA, 2010). En México, el Programa Especial de Producción y Consumo Sustentable tiene como uno de sus objetivos el incrementar el valor de la producción de bienes y servicios ambientales del turismo a través de la certificación de sustentabilidad de las empresas, de conformidad con las normas mexicanas existentes (SEMARNAT, 2014). Para el caso del ecoturismo, el Programa refiere a la certificación NMX-AA-133-SCFI-2013 "Requisitos y especificaciones de sustentabilidad del ecoturismo" y su eco-etiqueta "Ecoturismo Certificado". Vigente desde 2006, esta certificación ha sido promovida principalmente a través de subsidios gubernamentales, logrando hasta el momento una penetración de apenas 4%, equivalente a 53 empresas de cerca de 1,500.

Por su parte, la oferta de ecoturismo se ha fomentado desde 2001 a través de inversiones públicas y políticas sociales, ambientales y turísticas llevadas a cabo por diversas entidades del gobierno federal mexicano (López & Palomino, 2008), así como con apoyo de la cooperación para el desarrollo de entidades como la USAID (Chemonics International Inc., 2008) y la GIZ (CONANP-GIZ, 2015). En México, el ecoturismo se ha entendido como una tipología de actividades realizada en espacios naturales que busca propiciar el desarrollo sustentable (SECTUR, 2004) más que como una serie de principios (Honey, 2008). De cualquier forma, estudios reportan evidencias de una masificación del ecoturismo (Bringas & Ojeda, 2000; López & Palomino, 2008; Guerrero-Rodríguez, 2010), lo cual aleja a esta modalidad de su esencia y objetivos originales.

Este escenario supone retos considerables a la consecución de los objetivos de Producción y Consumo Sustentable, tanto institucionales (incluyendo gobiernos y entidades de cooperación para el desarrollo) como los de las empresas y comunidades locales donde se practica el ecoturismo. Dichos retos están relacionados con la premisa de crecimiento

económico subyacente en la Iniciativa para la Economía Verde, la necesidad de ampliar el alcance de la medición de la sustentabilidad de la empresa hacia la cadena de valor (Law et al, 2015); las limitaciones en el uso de las eco-etiquetas (Buckley, 2013), y finalmente, la habilidad de provocar comportamientos alineados al consumo sustentable entre los turistas.

A través de revisión bibliográfica, elaboración de encuestas y entrevistas, así como de la caracterización de los resultados sociales, ambientales y económicos derivados de la implementación de la norma antes citada, se propone un mecanismo de seguimiento específico a la gestión ambiental de las empresas que aporta elementos para el fomento de la producción y el consumo sustentable del ecoturismo en México a través del uso de certificaciones de sustentabilidad.

Palabras clave: producción y consumo sustentable, ecoturismo, eco-etiquetas, gestión ambiental, economía verde.

ABSTRACT

Sustainable Consumption and Production refers to “the use of services and related products, which respond to basic needs and bring a better quality of life while minimizing the use of natural resources and toxic materials as well as the emissions of waste and pollutants over the life cycle of the service or product so as not to jeopardize the needs of future generations” (PNUMA, 2010). In Mexico, the Special Programme on Sustainable Production and Consumption has as one of its goals to increase the value of the production of tourism environmental goods and services through sustainability certification of enterprises, in accordance with existing Mexican standards (SEMARNAT, 2014). In the case of ecotourism, the Program refers to the Mexican Norm NMX-AA-133-SCFI-2013 "Requirements and Specifications of sustainability of ecotourism" and its eco-label "Certified Ecotourism". In force since 2006, it has been promoted mainly through government subsidization, thus achieving a penetration of only 4%, equivalent to only 53 certified enterprises, out of nearly 1,500.

Meanwhile, the supply of ecotourism has been fomented since 2001 through public investments, and social, environmental and tourism policies pursued by various entities of the Mexican federal government (López & Palomino, 2008), as well as support from development cooperation bodies such as USAID (Chemonics International Inc., 2008) and GIZ (CONANP-GIZ, 2015). In Mexico, ecotourism has been understood as a typology of activities conducted in natural spaces that seeks to promote sustainable development (SECTUR, 2004) rather than as a set of principles (Honey, 2008), However, studies report evidence of a massification of ecotourism (Bringas & Ojeda, 2000; López & Palomino, 2008; Guerrero-Rodríguez, 2010), which alienates this form of tourism and its original goals.

This scenario poses considerable challenges to achieving the goals of sustainable production and consumption for ecotourism, both institutional (including governments and institutions development cooperation) and those of the companies and local communities where ecotourism is practiced. Such challenges relate to the underlying premise of

economic growth in the Green Economy Initiative, the need to expand the scope of measuring the sustainability of the enterprises towards the value chain (Law et al, 2015); limitations in the use of eco-labels (Buckley, 2013), and finally, the hability to provoke behaviours aligned with sustainable consuption among tourists.

Through literature review, preparation of surveys and interviews, as well as the characterization of the social, environmental and economic results derived from the certification of the above mentioned standard, a monitoring mechanism for the environmental management of enterprises is proposed, in order to provide elements for promoting sustainable production and consumption in ecotourism in Mexico through the use of sustainability certifications.

Keywords: sustainable consumption and production, ecotourism, ecolabels, environmental management, green economy

1. INTRODUCCIÓN

La necesidad de reflexionar acerca de la forma en que el ecoturismo es producido y consumido en México surge a partir de la existencia de varios elementos: un marco de programas internacionales, un instrumento normativo nacional poco utilizado, y finalmente, la existencia de más de 2,300 empresas ecoturísticas comunitarias enfrentando importantes retos ambientales, sociales y económicos. La finalidad de este documento es analizar si la norma mexicana NMX-133, en tanto instrumento normativo voluntario, contiene elementos suficientes para facilitar la producción y el consumo sustentable del ecoturismo, y en su caso, qué consideraciones adicionales deberían hacer las empresas ecoturísticas para mejorar su gestión ambiental.

2. ANTECEDENTES

El Marco Decenal de Programas en Producción y Consumo Sustentable del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA), promueve la adopción de patrones de producción y consumo sustentable. Para el turismo, los Criterios Globales de Turismo Sustentable (CGTS) son una compilación de mínimos indispensables de producción y consumo sustentable para el turismo.

Los CGTS están conformados por cuatro grupos, a través de los cuales se pretende que las empresas demuestren la existencia de un sistema de gestión de la sustentabilidad, maximizar los beneficios económicos y sociales a las comunidades locales, a la conservación del patrimonio cultural y el medio ambiente, mientras se minimizan los impactos negativos asociados. Los CGTS han sido usados principalmente como un cuerpo de criterios enunciativos más no limitativos, para que cada organización turística o país genere sus propios criterios y normas en la forma que considere más conveniente.

Por su parte, el gobierno mexicano implementa el Programa Especial de Producción y Consumo Sustentable 2013-2018 (PEPyCS) a través de la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (Semarnat), el cual incluye al turismo como sector prioritario. Dentro de las líneas de acción se menciona de manera específica la promoción del turismo de naturaleza y el ecoturismo, así como el fomento de la certificación de sustentabilidad del

ecoturismo basada en la Norma Mexicana NMX-AA-133-SCFI-2013 “Requisitos y especificaciones de sustentabilidad del ecoturismo”. El objetivo final es incrementar el valor de la producción de bienes y servicios ambientales derivados del turismo como porcentaje del Producto Interno Bruto (PIB) (Semarnat, 2013).

Por su parte, la NMX-133 está conformada por tres conjuntos de requisitos: generales, de instalaciones y de actividades. Por tanto, el alcance de la certificación puede estar limitado sólo a instalaciones o actividades, o ser completo. Una empresa puede certificarse cuando obtiene el puntaje mínimo establecido en cada sección, a través de una auditoría de tercera parte (NMX-AA-133-SCFI-2013).

Pareciera que hay una afinidad natural entre el ecoturismo y los patrones de producción y consumo sustentable. El ecoturismo se caracteriza por su búsqueda de beneficios para la conservación de la naturaleza, minimizar sus impactos negativos y maximizar el beneficio local (Honey, 2008; Pérez de las Heras, 2003; PNUMA & OMT, 2002; TIES, 2015). Por su parte, el enfoque de los patrones de producción y consumo sustentable se centra en la mayor eficiencia en el uso de los recursos, así como en una menor emisión de residuos, contaminantes y sustancias tóxicas hacia el ambiente (PNUMA, 2010). Sin embargo, la materialización de las características antes señaladas del ecoturismo, así como la implementación de los patrones de producción y consumo sustentable requiere que las empresas realicen una gestión ambiental, entendiendo a ésta como el mantenimiento de las operaciones de la empresa dentro de límites ecológicos y sociales aceptables, en todas sus áreas funcionales y a lo largo de todo el ciclo de vida de sus productos.

El ecoturismo en México ha sido fomentado desde 2002 como una modalidad de turismo alternativo conformada por la oferta de actividades recreativas específicas en la naturaleza, tales como el senderismo, la observación de flora y/o fauna, y la observación sideral (Sectur, 2004). En un periodo de 11 años, el gobierno federal mexicano ha destinado cerca de $4,500 millones de pesos en subsidios y financiamiento para la creación y mejoramiento de empresas comunitarias, logrando un impacto considerable en el incremento de la oferta (López & Palomino, 2008). Como resultado, al 2014 se contaron 2,323 empresas comunitarias de turismo de naturaleza, de las cuales el 64% ofertan alguna combinación de actividades de turismo alternativo (aventura, rural, y ecoturismo) (SECTUR-UNAM, 2014).

Para el ecoturismo, en tanto modalidad turística basada en la naturaleza, la conservación del medio ambiente es fundamental para mantener su creación de valor en el largo plazo (Freytag & Vietze, 2010), y las certificaciones son una de las mejores herramientas para realizar una adecuada gestión ambiental (Ayuso, 2007). Considerando que el 52% de las empresas comunitarias de turismo de naturaleza se localizan en o cerca de ambientes sensibles, como áreas naturales protegidas, en donde la misma Ley General del Equilibrio Ecológico comanda mantener un bajo impacto ambiental, la mayoría de estas empresas deberían contar con un sistema de gestión ambiental. Desafortunadamente, sólo el 21% del total de las empresas comunitarias de turismo de naturaleza realiza alguna acción tendiente a la gestión de impactos (SECTUR-UNAM, 2014), por lo que la mayoría de las empresas que se promueven como ecoturísticas, sólo se refieren a su oferta, pero no a su gestión. Esta situación probablemente es causa y consecuencia de que el ecoturismo sea visto actualmente como una forma más de turismo masivo (Bringas & Ojeda, 2000; Guerrero-Rodríguez, 2010).

Aun cuando la NMX-133 es un instrumento vigente desde 2006 para facilitar la adopción de dichos patrones entre las empresas, su penetración es mínima. Hasta 2014, sólo el 4% de las empresas comunitarias de turismo de naturaleza cuentan con la certificación de conformidad con la NMX-133 (Semarnat, comunicación personal). En cuanto a la oferta privada de servicios ecoturísticos, estos datos son aún desconocidos.

Si bien la medición oficial de los resultados del programa de producción y consumo sustentable es en buena medida, económica, se considera que la mejor expresión de resultados debería estar relacionada con la posibilidad de que un mayor número de empresas ecoturísticas implementen algún mecanismo de gestión ambiental significativo para mantener los beneficios para la empresa y otros actores asociados en el largo plazo, lo cual también debería incluir indicadores ambientales y sociales.

Por ello, se han formulado las siguientes preguntas: ¿Qué tan adecuada es la NMX-133 para realizar una gestión ambiental que promueva la producción y el consumo sustentable?, y ¿Cuál podría ser un mecanismo de seguimiento adecuado para la gestión ambiental de las empresas ecoturísticas de acuerdo con los patrones de producción y consumo sustentable?

2. METODOLOGÍA

Se recurrió a la revisión documental de los Criterios Globales de Turismo Sustentable para hoteles y tour operadores y se realizó su comparación con la NMX-133 para identificar el grado de alineación que existe entre la recomendación internacional y el instrumento normativo nacional.

Posteriormente, se revisó una extensa literatura relacionada a la producción del turismo y el producto turístico, así como al consumidor ecológico del turismo; cuya finalidad ha sido la de identificar otros elementos relacionados a la producción y el consumo sustentable del ecoturismo que actualmente no formen parte de los mínimos establecidos por el instrumento normativo.

Al mismo tiempo, se han revisado los estándares Certificación para la Sostenibilidad Turística (CST) de Costa Rica para Parques Temáticos, el sello EcoTourism Australia, y The European Ecotourism Labelling Standard (EELS) de la Unión Europea, por tratarse de sellos específicos para servicios de ecoturismo. Todos estos estándares están reconocidos por estar alineados con los CGTS. Con ello se buscó verificar la existencia o no de indicadores concretos para la medición del desempeño de las empresas y la facilitación de la mejora continua de la misma en términos de sustentabilidad.

Finalmente se recurrió a la realización de entrevistas semiestructuradas a actores clave en las Secretarías de Medio Ambiente y Recursos Naturales (Semarnat) y Turismo (Sectur) a nivel federal, para conocer mayor información acerca de las acciones de producción y consumo sustentable realizadas actualmente.

4. ANÁLISIS

Dado que la recomendación internacional de producción y consumo sustentable sugiere el uso del enfoque de ciclo de vida, se ha recurrido al ciclo de vida del producto turístico sugerido por el PNUMA (2009), para ordenar las distintas acciones características de la producción y el consumo sustentable. Sin embargo, al mismo tiempo, cada etapa de producción tiene una incidencia efectiva o potencial en los recursos naturales, la

biodiversidad, los recursos humanos y la comunidad local donde el turismo se desarrolla. Con estas dos consideraciones, se han identificado las características de la producción y el consumo sustentable en cada etapa del ciclo de vida del producto turístico, como se puede ver en la figura 1.

Figura 1: Elementos de la producción y el consumo sustentable

<table>
<tr><th></th><th colspan="2"></th><th colspan="6">Recursos</th></tr>
<tr><th></th><th colspan="2"></th><th>Agua</th><th>Suelo</th><th>Aire</th><th>Biodiversidad</th><th>Recursos humanos</th><th>Población local</th></tr>
<tr><td rowspan="11">Etapas del ciclo de vida del producto turístico</td><td colspan="2">Planeación</td><td colspan="6">Planeación y diseño ambiental, cumplimiento a la legislación, respeto a la zonificación, criterios de accesibilidad, acuerdos con las comunidades locales para el acceso a los recursos, incorporación de la cultura local, arquitectura vernácula, materias primas de procedencia legal</td></tr>
<tr><td rowspan="3">Gestión y operación</td><td>Administración</td><td colspan="6">Calidad, valor de marca, costos de producción, eficacia
Mejora continua</td></tr>
<tr><td>Operaciones</td><td colspan="3">Uso eficiente de recursos
Reducción de residuos y emisiones contaminantes</td><td>Puesta en valor
Manejo legal
Monitoreo
No extracciones ilegales</td><td>Contratación local, equidad, inclusión, política anti-explotación, salarios justos, respeto a la legislación laboral</td><td>Respeto a la cultura local
No extracción ilegal del patrimonio</td></tr>
<tr><td>Compras</td><td colspan="6">Cadenas de valor locales
Comercio justo
Minimización de compras que generen residuos no biodegradables, contengan tóxicos o no sean biodegradables</td></tr>
<tr><td colspan="2">Inversiones</td><td colspan="3">Tecnologías verdes
Innovaciones a lo largo del ciclo de vida</td><td>Soporte a la conservación</td><td>Capacitación</td><td>Aportes a infraestructura y capacidad locales
Conservación del patrimonio cultural</td></tr>
<tr><td colspan="2">Promoción y marketing</td><td colspan="5">Ecoetiqueta y declaraciones de sustentabilidad
Información fidedigna
Disminución de medios promocionales basados en papel</td><td>Inclusión de elementos de la cultura local</td></tr>
<tr><td colspan="2">Creación de capacidades</td><td colspan="5">Formación técnica
Formación ambiental</td><td>Relación con públicos</td></tr>
<tr><td colspan="2">Consumo</td><td colspan="5">Derrama económica y comercio justo
Comportamiento ético e información sobre la cultura y el ambiente local
Ciclos de uso
Participación altruista en iniciativas de mejoramiento social o ambiental
Promoción de la reducción de residuos y emisiones contaminantes por otros consumos asociados
Medición de variables de consumo turístico (decisión de compra, consumo turístico, sensasiones postcompra y fidelización)
Evaluación de la satisfacción</td><td>Acceso a recursos
Beneficios directos e indirectos</td></tr>
<tr><td colspan="2" rowspan="2">Monitoreo y evaluación</td><td colspan="6">Monitoreo de indicadores</td></tr>
<tr><td colspan="4">Descontaminación, conservación y restauración
Reciclaje, reuso y disposición final</td><td>Oportunidades de desarrollo profesional</td><td>Percepción de la comunidad local</td></tr>
</table>

Elaboración propia con información de Cohen (2010), De Borja, Casanova, & Bosch (2002), Garrido (2003), GSTC (2012), Mercado-Idoeta (2003), PNUMA (2009), PNUMA (2010).

Con excepción de los criterios de calidad en el producto, los CGTS incluyen todos los elementos de producción sustentable identificados. En cuanto al consumo, los CGTS sólo mencionan la medición de la satisfacción del turista, sin incluir ninguna otra variable asociada. Pese a estas omisiones, los criterios parecen cumplir adecuadamente su función como un conjunto de mínimos indispensables para promover la producción y el consumo sustentable.

La NMX-133, sin embargo, no incluye todos los criterios sugeridos por los CGTS. Los principales vacíos son los relacionados a mercadotecnia, el comercio justo, el establecimiento de una política anti-explotación y el respeto a los derechos laborales, así como criterios específicos para verificar que la actividad turística no limita el acceso de la población local a la provisión de servicios públicos y otros medios de vida; y temas asociados al cambio climático como la estimación y reducción de emisiones de gases de efecto invernadero, la promoción de la reducción en el uso de la transportación motorizada entre los turistas, y en su caso, el uso de mecanismos de compensación.

En cuanto a la medición del consumo, y contrario a los CGTS, la NMX-133 incluye una disposición relacionada a la obtención de información demográfica y psicográfica que se espera sea útil a las empresas para identificar mejor a sus mercados meta.

En cuanto a la revisión de los estándares internacionales de sustentabilidad para el ecoturismo, se encontró que ningún estándar considera medidas de desempeño específicas. Por el contrario, los estándares alientan la generación de líneas de base de su desempeño, para que a partir de él se promueva una mejora continua. La mayoría de los criterios se verifican en función del cumplimiento o no de las prácticas incluidas. Sin embargo, se encontró que el estándar de CST de Costa Rica promueve el uso de la huella ecológica como una forma estandarizada de medir los impactos ambientales del turismo. Por su parte, el estándar europeo EELS contiene algunas medidas de desempeño específicas para el uso de agua y energía.

Cabe destacar que a diferencia de la NMX-133, cada uno de los estándares revisados cuenta con un sitio web propio, el cual cumple con al menos dos funciones básicas. La primera de ellas, de acceso libre, es de proporcionar herramientas de autoevaluación y guías para facilitar la documentación de evidencias y la implementación de los criterios. La segunda función básica es accesible a través de un usuario y contraseña, y está relacionada con la recopilación de información acerca del desempeño ambiental de las empresas y la satisfacción del turista. Esta información es usada por la entidad gestora del estándar para proveer a las empresas con capacitación y herramientas en línea para que las empresas puedan llevar a cabo un proceso de mejora continua significativo.

En el caso de la NMX-133, ésta no cuenta con un sitio ni con herramientas disponibles al público en general. En este caso, la Semarnat, como la principal promotora de la norma, sólo recopila periódicamente datos de visitación y número de hectáreas conservadas directamente por las empresas de ecoturismo certificadas. Por su parte, la Sectur recién recopila información acerca de las características de las empresas y los servicios que presta a través del Registro Nacional de Turismo, sin distinguir a las empresas certificadas en sustentabilidad. Ambos organismos mantienen su información en bases de datos separadas.

Sin embargo, no se recopila información proveniente de la satisfacción del turista de las empresas certificadas. Por otra parte, tampoco se recopilan ni analizan datos de la gestión ambiental de las empresas, la cual debería servir para la generación de inventarios de materia y energía que eventualmente permitan la realización del análisis del ciclo de vida de los productos turísticos, que es una de las herramientas recomendadas por el PNUMA para la toma de decisiones ambientales.

Derivado de las entrevistas a actores clave, tanto la Sectur como la Semarnat manifiestan no tener capacidad para realizar este tipo de monitoreo. Semarnat, por su parte, está promoviendo actualmente que la NMX-133 pase de ser una norma gestionada por el gobierno, a otra promovida por el mercado. Esta acción probablemente ayude a facilitar la comercialización de los productos de las empresas certificadas, pero no es claro cómo esta acción podrá generar una herramienta que facilite la gestión de la sustentabilidad para el ecoturismo.

5. CONCLUSIONES

La Norma Mexicana NMX-AA-133-SCFI-2013 “Requisitos y especificaciones de sustentabilidad del ecoturismo” no incluye todos los elementos de producción y consumo sustentable recomendados por los CGTS.

Sin embargo, como herramienta de sustentabilidad, esta norma debería facilitar la generación de información que permita analizar el ciclo de vida del producto, de manera que las empresas puedan tomar decisiones adecuadas de producción y consumo del turismo, y en última instancia, generar valor para todos los actores involucrados a lo largo del tiempo.

Si bien no existen indicadores estandarizados para guiar la gestión sustentable de las empresas turísticas, la recopilación de información que permita generar inventarios de materia y energía, y que incluso permite el uso de *benchmarks* como herramientas para la mejora continua, podría aportar de manera importante a la construcción e innovación en la producción y el consumo sustentable del ecoturismo. Dado el carácter internacional de la Iniciativa de Producción y Consumo Sustentable, será necesario generar algunos criterios básicos para mantener cierta homologación en la generación de inventarios de materia y energía para el turismo, así como verificar la utilidad del uso de la *huella ecológica*, como una medida estandarizada de los impactos del turismo.

Contar con la información del análisis del ciclo de vida del producto de empresas ecoturísticas comunitarias permitiría abordar estudios de costos y rendimientos energéticos en diferentes territorios donde se desarrolla el turismo, con diversas formas de producción y consumo, que ayuden a identificar el uso de los recursos de una forma más eficiente.

Adicionalmente, la inclusión de información específica sobre variables de perfil del cliente y consumo turístico es fundamental para nutrir a estos sistemas con herramientas de inteligencia de mercado que puedan facilitar un mejor diseño de productos, la observancia de estándares de calidad adecuados, y en general crear tanto valor de marca, satisfacción a los clientes, y valor económico a las empresas y a las comunidades locales.

Una línea de investigación que puede derivarse está relacionada con la generación del perfil del turista que consume servicios de ecoturismo certificado, tratando de identificar a aquéllos turistas cuyos hábitos de consumo y/o estilos de vida son más afines al consumo sustentable. Esta información aportaría elementos para estudiar cuáles son las características de este *consumidor ecológico*, y en su caso, cómo puede fomentarse este tipo de consumo.

BIBLIOGRAFÍA

Ayuso, S. (2007). Comparing Voluntary Policy Instruments for Sustainable Tourism: The Experience of the Spanish Hotel Sector. Journal of Sustainable Tourism, 15(2), 144-159. doi:10.2167/jost617.0

Bringas R., N. L., & Ojeda R., L. (2000). El ecoturismo, ¿una nueva modalidad del turismo de masas? *Economía, Sociedad y Territorio*, II (7), 373-403. Recuperado el 13 de Mayo de 2014, de http://www.redalyc.org/articulo_oa?id=11100701

Buckley, R. (2013). Social-benefit certification as a game. *Tourism Management*, 37, 203-209. doi:10.1016/j.tourman.2013.01.004

Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas (CONANP) & Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammnarbeit (GIZ), (2015). *Programa BioMar*. Recuperado el 11 de abril de 2015 de http://www.biomar.org/site/?page_id=97

Chemonics International Inc. (2008). *Mexico Rural Prosperity and Conservation Initiative Final Report*. Washington: USAID.

Clark, G. (2007). Evolution of the global sustainable consumption and production policy and the United Nations Environment Programme's (UNEP) supporting activities. *Journal of Cleaner Production*(15), 492e498. doi:10.1016/j.jclepro.2006.05.017

De Borja, L., Casanova, J. A., & Bosch, R. (2002). *El consumidor turistico*. Madrid: ESIC.

Freytag, A., & Vietze, C. (2010). Can nature promote development? The role of sustainable tourism for economic growth. *Jena Economic Research Papers* (2010 - 008), 1-32. Recuperado el 14 de Mayo de 2014, de http://hdl.handle.net/10419/32618

Garrido, S. (2003). Los aspectos medioambientales y las empresas: ¿lo verde vende? En J. Conde (Ed.), *Empresa y medio ambiente: hacia la gestión Sustenible* (págs. 17-42). Madrid: Nivola.

Global Sustainable Tourism Criteria (GSTC). (2012). *Global Sustainable Tourism Criteria for Hotels and Tour Operators*. Recuperado de https://www.gstcouncil.org/images/pdf/HTO-CRITERIA_and_INDICATORS_6-9-14.pdf el 5 de julio de 2015

Guerrero-Rodríguez, R., (2010). Ecoturismo Mexicano: la promesa, la realidad y el futuro. Un análisis situacional mediante estudios de caso. *El periplo sustentable*.

Honey, M. (2008). *Ecotourism and Sustainable Development: who owns paradise?* (Segunda ed.). Washington: Island Press.

NMX-AA-133-SCFI-2013. *NMX-AA-133-SCFI-2013 Requisitos y especificaciones de Sustentabilidad del Ecoturismo*. Diario Oficial de la Federación: Mexico.

Mercado-Idoeta, C. (2003). El marketing ambiental. En J. Conde (Ed.), *Empresa y medio ambiente, hacia la gestión sostenible* (págs. 69-150). Madrid: Nivola.

López, G., & Palomino, B. (2008). Políticas públicas y ecoturismo en comunidades indígenas de México. *Teoría y praxis* (5), 33-50. Recuperado el 23 de Mayo de 2014

Pérez de las Heras, M. (2003). *La guía del ecoturismo o cómo conservar la naturaleza a través del turismo.* Madrid: Mundi-Prensa.

Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA). (2009). *Policy recommendations on sustainable tourism development*. International Task Forve on Sustainable Tourism Development. Marrakech: PNUMA.

Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA), 2010. *El ABC del CPS. Aclarando conceptos sobre el consumo y la producción sostenibles*. París: PNUMA.

Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT). (2014). *Programa Especial de Producción y Consumo Sustentable 2014-2018*. México: SEMARNAT.

Secretaría de Turismo (SECTUR). (2004). *Turismo alternativo, una nueva forma de hacer turismo*. SECTUR, Dirección de Desarrollo de Turismo Alternativo. México: SECTUR.

Secretaría de Turismo (SECTUR)-Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). (2014). *Las empresas comunitarias de turismo naturaleza (sic): factores de éxito y fracaso.* Presentación de Power Point, Instituto de Investigaciones Económicas, México. Recuperado el 19 de Mayo de 2015, de

http://ictur.sectur.gob.mx/pdf/estudioseinvestigacion/estudiosfondosectorial/presentacion.pdf

TIES. (2015). *TIES Announces Ecotourism Principles Revision*. Recuperado el 19 de Mayo de 2015, de The International Ecotourism Society: https://www.ecotourism.org/news/ties-announces-ecotourism-principles-revision

NUEVAS OPORTUNIDADES DE COOPERACIÓN. TURISMO, GLOBALIZACIÓN, CAMBIO CLIMÁTICO Y NUEVAS TECNOLOGÍAS

Vidas translocales y su acción distribuida en el territorio: casos prácticos de construcción de experiencias turísticas con emigrantes e inmigrantes en la Costa Blanca, Alicante, España

Ester Gisbert Alemany
Enrique Nieto Fernández

Departamento Expresión Gráfica y Cartografía. Universidad de Alicante. España

RESUMEN

El S.XX ha convertido la Provincia de Alicante en la *Costa Blanca*, un destino turístico internacional desarrollado a base de grandes inversiones para infraestructuras, playas, hoteles, urbanizaciones, publicidad o formación. Estas inversiones perpetúan un modelo simplificador de planificación centralizada preocupado por adaptar el crecimiento urbano a los modos de producción industrial, para los que la ciudad sería uno más de sus productos. En este trabajo nos fijaremos en otra parte de la historia: las vidas de los migrantes que de manera paralela han conectado territorios discontinuos y que también han participado en el desarrollo turístico. Partiremos del estudio de tres casos concretos como son el trabajo sobre el imaginario turístico realizado por la familia Lambert, intelectuales suizos pioneros de la inmigración residencial en la zona en los años 20, la labor de progresiva institucionalización de algunos migrantes residenciales propietarios de pequeñas empresas turísticas, como es el caso de Antonio Marco, hasta llegar un proyecto reciente que explora el trabajo distribuido de los heladeros de Jijona en sus migraciones estivales a lo largo del territorio español. En los tres casos, las historias de vida de los migrantes son una parte imprescindible de la construcción del destino turístico tanto por su posición privilegiada en la identificación de recursos improbables como por el mayor alcance en su difusión, pasando por la capacidad adaptativa de sus acciones distribuidas. Los Lambert por ejemplo "inventaron" la tipología de casa mediterránea y la difundieron por toda Europa publicando en revistas especializadas sus dibujos que convertían los tradicionales porches para secar uvas en los ahora típicos miradores y terrazas. En el caso de Antonio Marco, observaremos cómo consigue convertir sus aficiones en negocios que activan potenciales turísticos de las formas más originales y sostenibles, atrayendo a nuevos turistas de su lugar de origen o con sus mismas aficiones. Con estas estrategias emergentes, y a partir de la literatura sobre el urbanismo transnacional (Davis, Smith), la migración residencial (Huete, O'Reilly) o la globalización de los pequeños (Urrutia, De Ugarte), hemos observado como el mundo global se convierte en translocal y conectado, una oportunidad para pequeñas comunidades que también quieran utilizar el turismo como fuente de desarrollo, escapando del control de los productos turísticos planificados, y favoreciendo la cooperación y heterogeneidad de los intercambios. En la parte final del artículo, se expone una experiencia que aplica estos

aprendizajes y avanza metodologías. Se trata del caso de Jijona, donde uno de los autores ha trabajado en un proyecto que aplica estos aprendizajes. Expandiendo el alcance del trabajo de los heladeros a partir de las tecnologías de comunicación distribuidas y diseño transmedia, donde los pequeños emprendedores emigrantes se han convertido en embajadores turísticos. Estos emigrantes estacionales han identificado recursos y oportunidades turísticas no evidentes y los han difundido con un alcance imposible para las instituciones locales. Así, se ha aprovechado su potencial para una industria turística que fomente el desarrollo local, generando una cohesión más basada en las relaciones entre las personas y con los lugares y las cosas que en la territorialidad.

Palabras clave: turismo, migración, nuevas tecnologías, urbanismo transnacional, globalización de los pequeños

ABSTRACT

The XX century turned Alicante Province in the Costa Blanca, an international tourist destination developed throughout enormous economic investments in infrastructure, beaches, hotels and housing, marketing, training, etc. These massive investments are not available for small towns or communities nor for small entrepreneurs. This is why we focus in another part of the story: the lifes of migrants that have connected discontinuous territories and how they've taken part in the touristic development. This work bulids upon literature on transnational urbanism (Davis, Smith), residential migration (Huete O'Reilly) and the globalization of the small (Urrutia, De Ugarte) to analyze and propose close up strategies and tactics for tourism development based on migrants and new technologies. It departs from study cases as Lambert family, swiss artists and intellectuals that pioneerde residential immigration in this area in the twenties, to arrive to a recent project in an inland town developed in internet with new technologies and transmedia design, where small emigrant entrepreneurs become touristic ambassadors. Considering ongoing work with residential migrants in the Costa Blana that own small tourism related business. In the three cases, the life stories of the migrants are an essential part of the construction of the touristic destination they're involved with because of their privileged position to identify improbable touristic resources as for the broader scope of its spreading due to their personal connections in other places. The Lambert, for example, “invented” the Mediterranean typology of this area and they spread it all over Europe publishing in acknowledged media their drawings and watercolors wich converted traditional porches used to dry grapes into the now typical arched balconies. In the case of small entrepreneurs in the Costa Blanca, the interviews show us how they turn their hobbies in bussiness that activate the touristic potential in the most original and environmentally sustainable ways, attracting new tourists from their origin or with the same hobbies. In the case of Jijona, a town tha starts its way as a touristic destination in the XXI century, we've developed all these learnings and with new communication technologies with small entrepreneurs that have emigrated to all places in Spain to open traditional ice-cream shops. These seasonal emigrants have identified not obvious touristic resources and opportunities in their hometown and have spread them with an unthinkable scope for local institutions, without big investments and achieving better reception because they've used personal trust. This way, we take advantage of the potential of the migrants for a touristic development that promotes economic development but also social and cultural development generating links

that are based in personal relation between people and people and places or things and not so much in territoriality. With these strategies the global world becomes a linked translocal world, a opportunity for small communities and business that want to use tourism as a source of development.

Keywords: tourism, migration, new technologies, translocal, globalization of the small

1. LA OTRA COSTA BLANCA: POR QUÉ FIJARSE EN LAS VIDAS DE LOS MIGRANTES

1.1. La evolución de la Costa Blanca a través de su marca

El turismo es el principal foco de desarrollo económico del sureste ibérico y ha influenciado todo el resto de actividades económicas y a los territorios de su interior más agrícolas e industriales. Desde el principio de su desarrollo como industria en la Provincia de Alicante se ha usado la marca *Costa Blanca* para promocionar sus largas playas de arena blanca y sus 300 días de sol al año, pero el significado de esta marca ha ido cambiando con el tiempo paralelamente a la evolución del destino turístico. Una breve historia de esta marca puede servirnos para contextualizar los estudios de caso que presentamos sobre las nuevas oportunidades de cooperación al desarrollo que ofrece el turismo a las pequeñas comunidades y municipios.

Costa Blanca comenzó a utilizarse en los años 60 para promocionar vuelos *charter* y viajes todo-incluido programados por *Tour-Operadores* para las masas que giraban alrededor del sol y playa, con Benidorm como principal referente y foco de atracción. Como explica Mario Gaviria, muchos de estos productos dependían de grandes inversiones de capital extranjero para la construcción de hoteles, aeropuertos o autopistas, en lo que para él fue una neocolonización apoyada por un estado tecnocrático y fuertemente centralizado (Gaviria, 1974).

Con el crecimiento de la industria turística la marca *Costa Blanca* fue la bandera de las instituciones alicantinas para promocionar toda la franja litoral de la provincia. Poco a poco el turismo se fue organizando en asociaciones sectoriales y profesionales que continuaron necesitando de fuertes inyecciones de capital público y privado para campañas promocionales, subvenciones a pensionistas, programas de formación, institutos turísticos, así como para la urbanización y construcción de viviendas que han desarrollado un turismo residencial que ha transformado todo el litoral (Sánchez, 2001).

Todos estos esfuerzos han supuesto la llegada masiva de turistas durante décadas que han visitado no solo los destinos litorales sino todo el interior de la montañosa Provincia de Alicante. Al amparo del sol y playa, el interior también ha devenido turístico: cada pequeña fiesta, fábrica, vista o sendero se ha convertido en potencial destino de excursiones y los municipios del interior han visto aparecer hoteles rurales, centros de interpretación, museos, tiendas de productos típicos, mercadillos pintorescos, etc. Pero también ha sucedido que el interior ha acogido entre su población a migrantes derivados de las movilidades del turismo.

Es por esto que la marca *Costa Blanca* y su asociación exclusiva con el sol y playa se ha visto sobrepasada y hace tiempo que el sector reivindica que la marca también represente al interior. Desde el Patronato de Turismo, durante las últimas décadas se han editado guías por comarcas y municipios para responder a esta demanda, pero los productos turísticos no acaban de responder a la división de fronteras administrativas. Recientemente se ha hecho otro intento significativo para lo que queremos mostrar aquí: desplegando a partir del logotipo tradicional todo tipo de productos y ejes territoriales se pretende matizar la marca y diversificarla para que supere la anterior estrategia por comarcas.

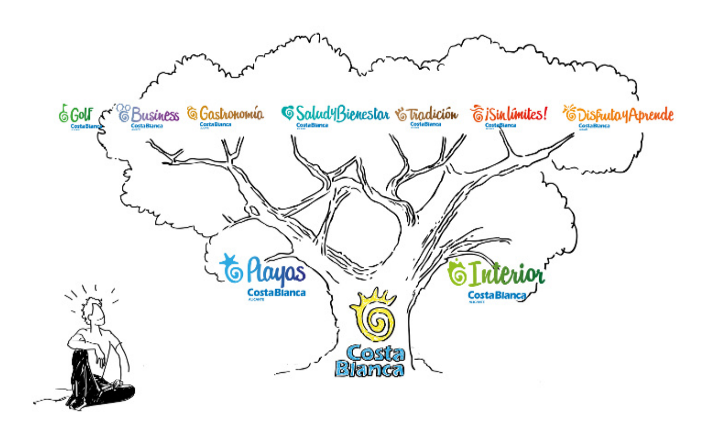


Fig. 1 La familia Costa Blanca, Patronato de Turismo, Alicante

Pero lo que este trabajo plantea es que esta diversidad deseable se origina, especialmente en el interior, en la propia participación distribuida de muchos y pequeños protagonistas a partir de unas prácticas cotidianas cuya creatividad encuentra sustrato en la demanda progresiva de productos turísticos que se ensamblen con las comunidades locales. Y aunque este tipo de marcas comerciales hacen el esfuerzo por reconocer la diversidad de los destinos turísticos, en muy pocas ocasiones este reconocimiento cuestiona la manera centralizada de planificar, fomentar, organizar y gestionar estos pequeños productos turísticos, pues lo que ha nacido de la dispersión y ha sido “creado” de forma distribuida, producto a producto, es prácticamente inasible para las instituciones que operan de forma centralizada y desde arriba acostumbradas a la escala propia del turismo masivo.

Nuestro trabajo pretende mostrar que las estrategias y tácticas de construcción, gestión y promoción de productos turísticos que fomenten un desarrollo local sostenible en comunidades más pequeñas, tenemos que aprenderlas precisamente de la propia historia de cómo se han construido estas experiencias turísticas. Para ello nos proponemos estudiar la vida de ciertos productos exitosos, su nacimiento y crecimiento desde dentro, lo que nos ha llevado irremediablemente a fijarnos en las vidas de las personas que participaron en estos desarrollos turísticos, especialmente la de aquellos que por su condición de migrantes nos enseñan las posibilidades del turismo como cohesionador de territorios discontinuos en un mundo globalizado. Como arquitectos nuestra vocación es principalmente práctica y, por ello, el trabajo termina con un caso en el que hemos aplicado estos aprendizajes.

1.2. El migrante a(fe)ctivo

Como decíamos, los turistas de masas han ido desplazándose del espacio de la costa al del interior y también han ido alargando el tiempo de sus estancias. De los millones que han

pasado por la *Costa Blanca* en el S.XX algunos se han quedado a vivir. Se les ha llamado turistas de invierno, migrantes retirados internacionales, y finalmente *lifestyle migrant* o migrante de estilo de vida y *amenity migrant* o migrante recreativo. Para nuestro trabajo son interesantes las dos últimas acepciones que se refieren a la auto-realización y la búsqueda de una buena vida y especialmente los migrantes que para instalarse han desarrollado actividades que, quizá vistas a posteriori, tienen relación con el turismo.

Normalmente se relaciona a estos migrantes con una exclusiva vinculación al ocio y el consumo, pero las investigaciones de O'Reilly muestran claramente que esto no es así: los ingleses expatriados trabajan y abren negocios allí donde van. Argumento respaldado por las investigaciones recientes de Huete *et al.* sobre la reacción de los inmigrantes ante la crisis en España que muestran que, en realidad, un turista residencial no es tan distinto al migrante económico. Una de las diferencias clave es la que apunta O'Reilly, una de las sociólogas que generalizó el término: insiste en que los migrantes placenteros no echan de menos su lugar de origen, es ahí mismo donde quieren estar, porque ese lugar les permite construir una vida como la que habían imaginado.

Es bonito pensar que los migrantes son modestos pero auténticos aventureros que han llegado hasta la Costa Blanca a experimentar con su vida en espacios que perciben como más libres, accesibles y confortables: a conseguir el sueño mediterráneo. En los dos casos de estudio concretos que se plantean veremos cómo lo hacen.

1.3. Urbanismo translocal: de la financiación transnacional a la globalización de los pequeños

La evolución de los destinos turísticos como el que nos ocupa muestra que la construcción de los territorios es transnacional. En los años 70 inversiones alemanas construyeron la controvertida autopista del mediterráneo y una gran proporción de los chalets de la comarca de la Marina Alta, pues una casa en España era desgravable en Alemania. A su vez capital inglés financiaba la construcción de hoteles para asegurarse un precio fijo durante años e incluso recientemente fue una eurodiputada alemana la que promovió los cambios en la ley de costas española. Estos breves ejemplos hablan de la gran escala de una construcción del territorio centralizada y con capitales financieros globalizados.

Pero nos interesa la otra cara de esa misma globalización que ha permitido a las personas moverse y conectarse a través de territorios discontinuos para construir "nuevos territorios" (Urrutia, 2012). Esto ha permitido construir vidas globalizadas e incluso, como nos muestra Davis (2000:93-107) en su revisión de suburbios transnacionales latinos, pequeñas comunidades que son funcionales y que consiguen mantener su cohesión interna estando divididas en diversos países. Para estudiar este urbanismo transnacional y cómo genera oportunidades de desarrollo Smith (2001:174-175) nos aconseja no deslumbrarnos con lo global ni encerrarnos en lo local sino estudiar cómo operan las redes transnacionales y de que manera los principios de confianza y solidaridad se construyen a través de territorios nacionales. Sin embargo en los casos estudiados vamos más allá, obviando la existencia de fronteras y entendiendo que las vidas son continuas y distinguiendo entre los lazos o conexiones que permiten a estos migrantes desarrollarse en distintas naciones y localizaciones que *ocurren* a lo largo de su vida, entretejiéndose o ensamblándose (Ingold,

2015:7) según lo requiera la ocasión con las personas, organizaciones, cosas y lugares que encuentra en el camino.

2. ESTUDIOS DE CASO

2.1 Afectarse por el entorno construyéndolo: los Lambert en Xàbia

André Lambert, fue uno de los primeros turistas que se quedaron a vivir y construir su arcadia en la costa de Alicante en los años 20. En su búsqueda de lo auténtico hicieron la primera operación de reconstrucción del paisaje en la zona, repoblándola de pinos y construyendo su casa, según la tipología arquitectónica del lugar. (Gisbert, 2014). Mientras vivían allí, André realizaba su trabajo de ilustrador a distancia, gracias a sus contactos en París y Europa Central con los que siguió colaborando con sus ilustraciones y grabados. Algunos de estos contactos venían a menudo a visitarle e incluso a pasar largas temporadas. Entre ellos su padre, André Louis Lambert, un arquitecto suizo que había estudiado con Violet-le-Duc, y que aprovechó sus visitas para dibujar las tipologías de casas y edificaciones de la zona que dio a conocer en revistas técnicas internacionales como 'casas mediterráneas.

Lo interesante es que esta tipología aún no se había definido como tal en aquella época, y fue la mirada extranjera la que, digamos, la "inventó". Por ejemplo, cuando los Lambert dibujaban los arcos de los *riuraus* (un espacio utilitario para secar la uva pasa), lo que les interesaba no era el arco como elemento compositivo, ni tampoco el estatus que les daba "poseerlo", sino la forma en que enmarcaba una vista encantadora. Hasta el punto que durante toda su vida, Lambert fomentó la protección de los paisajes y construcciones que había convertido en dignas de rescate. Así, fue precursor del proteccionismo del patrimonio y el paisaje de la zona, al que tanto quería.



Fig.2: Tradicional riurau en la Costa Blanca, Juanjobanjo



Fig.3: Vistas desde una vivienda actual, © Interhome AG Switzerland 2015

El relato de Lambert nos enseña que la dedicación a la construcción material de esa vida será entonces imparable pues la motivación es un afecto personal a ciertos detalles encontrados en el lugar. Éstos pueden ser importantes para la diferenciación del destino turístico. Pero también para su difusión pues una vez se han convertido en la base de las "buenas vidas" que el migrante persigue, su implicación en su fomento, difusión y protección es imparable.

Personas como Lambert se encuentran ahora en todas las zonas turísticas. Es común que en un viaje (real o imaginado), otro lugar nos descubre la posibilidad real de un modo de vida que nos parece un sueño. Es entonces cuando puede ocurrir el "efecto Lambert" y que

arriesguemos a hacer un cambio radical de residencia, aunque sea temporalmente, para que ese sueño pase de ser una excepción vacacional a un estilo de vida cotidiano.

2.2 Ensamblar la vida con la red de intereses turísticos: el museo de Antonio Marco en Guadalest

Antonio Marco es el propietario del Museo de Belenes y Casas de Muñecas de Guadalest, una población de 200 habitantes que ha sabido aprovechar el flujo de turistas de Benidorm, situado a sólo media hora de viaje. Es uno de los 9 curiosos museos que, todos juntos, atraen tantos visitantes a Guadalest como el Museo del Prado en Madrid.

Antonio Marco ha realizado belenes con materiales naturales desde que era niño, hasta acumular más de 30 toneladas de material durante 40 años. Pero no fue hasta los años 90 cuando Antonio se plantea abrir un museo para resolver su problema de almacenaje y sacarle rentabilidad a su afición. Según cuenta, hizo entonces un análisis territorial de potenciales lugares turísticos de la Costa Blanca resultando Guadalest, que había conocido con su mujer en una visita a Benidorm en los 60, el de mayor potencial. El museo es ahora un éxito y tiene una segunda sede en otra población cercana y 4 trabajadores a su cargo. Es interesante cómo explica que uno de sus mayores retos fue infiltrarse en red de intereses turísticos: repartición de folletos, pequeñas muestras en hoteles de Benidorm, viajes subvencionados por pensionistas, etc. Comparada con el relato que se hace del asentamiento de los Lambert, el de Antonio Marco es interesante porque sus relaciones sociales locales son más estratégicas. Sin embargo, la relación con los lugares y las cosas sigue siendo afectiva y activa: en su sala “Pequeña Costa Blanca” están miniaturizados cientos de lugares de la provincia para que el turista pueda hacer un tour por todo Alicante en sólo una hora. En la sala principal de Guadalest el inmenso belén se encarama a la roca viva igual que lo hace la propia edificación del museo y de todo el pueblo. Su pasión construye el destino turístico tanto como lo hicieron los Lambert identificando los rasgos que luego se convierten en las características turísticas más destacables de la zona.

Este efecto se repite en el resto de museos de la belga Andrea Ludden con una colección de más de 20.000 saleros y pimenteros, el de vehículos antiguos o varios de miniaturas, así como en muchas de las actividades económicas que los turistas recreativos se inventan para quedarse en la zona: jardines de tulipanes, saltos con parapente, etc. Pero también en actividades más convencionales relacionadas con la construcción y mantenimiento de viviendas que han configurado las típicas imágenes del paisaje mediterráneo contemporáneo. Todas tienen además un efecto llamada sobre sus contactos de origen y en la mayoría de los casos hemos encontrado reseñas en medios extranjeros, pertenencia a asociaciones y contactos personales que atraen al municipio a un turista predispuesto a valorar lo mismo que sus promotores valoran.

Así, estudiar un destino turístico a partir de las vidas de los que se han visto afectados por él y, debido a ello han participado en su construcción, nos permite descubrir estrategias y tácticas más adecuadas a un desarrollo turístico que se pretenda distribuido y no centralizado. Las características y experiencias que construyen este tipo de destinos turísticos se van forjando en un proceso emergente en el que 'los afectados' las descubren como algo por lo que vale la pena trabajar, promocionar y proteger usando su creatividad

propia. Por ello, creemos que este puede ser un buen enfoque para pequeñas comunidades y municipios con los que se quiera cooperar para un desarrollo económico sostenible.

Estudiamos pues a los migrantes por su posición privilegiada en ambas cuestiones: hacen un uso más ocioso del territorio que les permite dejarse afectar más por él, a la vez que su alcance en la promoción y activación de redes de promoción es mayor. Y en el siguiente caso vemos como estos aprendizajes se han utilizado en un proyecto reciente en el que se trabajó con emigrantes estacionales.

2.3. Aplicando lo aprendido: Embajadores de Jijona

Es el caso de Jijona, un municipio conocido por su producción y exportación de turrón y dulces pero que se estrena en el S.XXI como destino turístico. Uno de los autores de este trabajo, socio de aRRsa! Plataforma Creativa, ha trabajado en el proyecto 'Embajadores de Jijona' para fomentar el turismo generando cohesión social y oportunidades económicas más distribuidas. El proyecto se centra en los heladeros de Jijona, pequeños empresarios que cada verano emigran y han llegado a crear una red distribuida de heladerías repartidas por toda la península. Muchos mantienen aún la tradición de volver cada invierno a la población y tienen una estrecha relación personal con la población y también como marca de calidad.

Con el ayuntamiento se ha planteado un proyecto que utiliza el potencial de las TICs para la promoción turística y comercial de pequeña escala pero de gran alcance que muestra y construye la variedad de oferta y experiencias turísticas durante todo el año. Según lo aprendido en las investigaciones anteriores, el proyecto se centra en reconocer al heladero como lo que ya es, un participante privilegiado en la construcción del destino turístico y un embajador que, gracias a sus conexiones personales y profesionales en el lugar de su heladería, puede promocionar Jijona con mucho más alcance y acierto del que un ayuntamiento tan pequeño podría imaginar. A través de organizaciones existentes como la Asociación de Heladeros, la Comisiones de Fiestas, las Asociaciones deportivas se ha encontrado a los heladeros más afectados por el paisaje y el municipio y más activamente involucrados en las potenciales experiencias turísticas: fiestas, eventos deportivos al aire libre, grupos de fotografía, reconocimientos gastronómicos, etc.

Se realizaron entrevistas en vídeo en los lugares y cosas que el embajador quería mostrar a sus clientes de destino y se le puso a él como protagonista. Así son, al mismo tiempo, el medio de distribuir el mensaje y el mensaje pues es su experiencia como usuarios y consumidores de los recursos turísticos del municipio la que mejor pueden difundir. El embajador es la persona de confianza que hace la labor de prescriptor del destino turístico: es él quien establece relaciones con sus clientes, colaboradores y vecinos.





Fig. 2: Materiales del proyecto "Embajadores de Jijona". aRRSa! Plataforma Creativa

Con todo ello se generaron nuevos contenidos para la web de turismo de Jijona y un mapa donde se localizan las heladerías en las cuales se desplegó además una acción distribuida de comunicación y captación de suscriptores a un boletín electrónico. El contenido son las historias y recuerdos de los heladeros de Jijona que se asocian a lugares locales y a propuestas de consumo y ocio en el municipio. Éstas se seleccionaron con el Ayuntamiento, con la Concejalía de Turismo y la de Promoción Local y la Asociación de Empresarios, Comerciantes y Profesionales. Además, en la web todos los habitantes y visitantes de Jijona interactúan con estas historias y lugares, con lo que se ha involucrado a toda la población.

Estas embajadas virtuales se convierten en 'lugares de confianza' basados en las relaciones personales translocales del heladero con las que el proyecto promueve el desarrollo económico abriendo el mercado global a las pequeñas empresas locales. Así podemos conseguir que esa tradición de comerciantes y productores translocales se fortalezca y desarrolle adaptada a las nuevas realidades de consumo y estilos de vida. Con estas estrategias aprovechamos la posibilidad tecnológica de globalización de los pequeños (Ugarte *et al.*) en un mundo translocal conectado, una oportunidad que puede ir mucho más allá del turismo y contagiarse a otros sectores del municipio.

3. CONCLUSIONES

En este trabajo, hemos querido poner de manifiesto el potencial creativo de algunas acciones emergentes localizadas en la Costa Blanca de España, y llevadas a cabo por el migrante residencial y por las comunidades locales en lo que se refiere a su participación activa en la producción de imaginarios turísticos. Los casos expuestos ponen a prueba la legitimidad de un discurso oficial unitario y centralizado de las industrias del turismo, que parece insistir en los modos de producción de la realidad heredados del postfordismo.

Algunas de las características comunes de estas experiencias emergentes son su origen no planificado, la escasez de recursos utilizados, la heterogeneidad de los agentes intervinientes, la activación de la creatividad de los ciudadanos, la lentitud en el tiempo, la adaptatividad de las propuestas, la condición abierta de su recorrido, su capacidad de hibridación con otros modelos económicos, la irreductibilidad a un solo modelo de negocio o gestión, etc.

Las experiencias de la familia Lambert, Antonio Marco o los heladeros de Xixona muestran que lo mejor de este posible “nuevo plan de uso y negocio para el mediterráneo” es que puede ser, por fin, distribuido. Desde esta óptica el nuevo Mediterráneo aparecería construido con la intervención de distintos emprendedores, volviendo a una tradición urbana más democrática. El ser una zona ya urbanizada y, en el caso de la Costa Blanca, muy fragmentada, sería una ventaja para esta reconstrucción colectiva y emergente respecto a otros lugares más inaccesibles y centralizados.

Los ejemplos expuestos muestran el potencial de los migrantes para un desarrollo turístico que fomenta el desarrollo local económico pero también social y cultural, generando una cohesión más basada en las relaciones de las personas entre ellas y con los lugares y las cosas que en la territorialidad. Con estas estrategias el mundo global se convierte en un mundo translocal conectado, una oportunidad para pequeñas comunidades y empresas que quieran utilizar el turismo como una fuente de desarrollo.

Podría parecer que reimaginar el sueño mediterráneo en lugares como el sureste ibérico, tan construidos desde antiguos paradigmas centralizados tendrá desventajas claras. Pero frente a los “destinos vírgenes” tan supuestamente apolíticos y segregados de las dinámicas locales, estos “destinos maduros” (ya no tan bonitos, ya no tan exóticos, ya no tan limpios) tienen una ventaja nada desdeñable para los amantes de la libertad que suelen ser los migrantes: la tradición democrática y una menor desigualdad económica y social.

Finalmente, la experiencia de trabajo propuesta en el proyecto de Jijona, supone una contribución importante a la reflexión sobre la participación de comunidades expertas como es el caso de los autores como arquitectos, en este tipo de procesos frágiles de producción de realidad vinculados al turismo y al territorio. Es importante porque expande las posibilidades creativas de las comunidades locales a partir de las virtualidades que ofrecen las nuevas tecnologías y favorece su participación cooperativa y articulada en las industrias del turismo, habitualmente monopolizado por instituciones fuertemente globalizadas.

BIBLIOGRAFÍA

DAVIS, M. (2001): *Magical Urbanism: Latinos Reinvent the US City*, Verso, London.

GAVIRIA, M. (1974): *España a go-go. Turismo charter y neocolonialismo del espacio, Turner*, Madrid.

GISBERT, E. (2014): El efecto Lambert o cómo aprender de los migrantes a construir un hogar. Consultado el 30 de Julio 2015 en http://colabores.net/2014/09/25/el-efecto-lambert-o-como-aprender-de-los-migrantes-a-construir-un-hogar/

INGOLD, T. (2015): The *life of lines*, Routledge, New York.

MANTECÓN, A., HUETE, R., & ESTÉVEZ, J. F. (2014): El impacto de la crisis económica sobre la movilidad internacional de los residentes extranjeros en la provincia de Alicante. Accedido en http://rua.ua.es/dspace/handle/10045/37131

O'REILLY, K. (2009): Hosts and Guests, Guests and Hosts: British residential tourism in the Costa del Sol, in Obrador Pons, P., Travlou, P. and Crang, M. eds. 2008 *Cultures of Mass Tourism: Doing theMediterranean in the age of banal mobilities.* Farnham: Ashgate

SÁNCHEZ, E. M. (2001). El auge del turismo europeo en la España de los años sesenta. *Arbor*, *170*(669), 201–224.

SMITH, M.P. (2001): *Transnational Urbanism. Locating globalization*, Blackwell, Oxford.

UGARTE, D. *et al.* Globalización de los pequeños. Autoeditado accesible en http://lasindias.com/indianopedia/globalizacion-de-los-pequenos

URRUTIA, J. (2012): *Nuevos territorios*. Autoeditado. Accesible en: http://juan.lasindias.com/trabajos/nuevos_territorios.pdf

NUEVAS OPORTUNIDADES DE COOPERACIÓN. TURISMO, GLOBALIZACIÓN, CAMBIO CLIMÁTICO Y NUEVAS TECNOLOGÍAS

Diagnóstico del potencial turístico del paisaje: nueva oportunidad de desarrollo endógeno para comunidades rurales. Una experiencia en el centro de México.

Arturo García Romero [*]
David Serrano Giné [**]
Laeticia Azucena García Sánchez [*]
Eduardo Salinas Chávez [***]

** Instituto de Geografía, Universidad Nacional Autónoma de México. Distrito Federal, México.*
*** Departamento de Geografía, Facultad de Turismo y Geografía, Universidad Rovira i Virgili. Vila-seca, España.*
**** Facultad de Geografía, Universidad de La Habana,, La Habana, Cuba.*

RESUMEN

Las áreas rurales de montaña se enfrentan a la inaccesibilidad entre atractivos y comunidades locales, situación que limita las iniciativas de desarrollo integral de la actividad turística. Por ello, el estudio propone el diseño y aplicación de indicadores del paisaje como una vía para diseñar rutas que conecten a los principales atractivos turísticos a través de unidades de paisaje de alto potencial. El área de estudio es la cuenca del río Cuautitlán (484 km^2, y 2400 – 3800 msnm), próxima al área urbana de la Ciudad de México, con una marcada configuración rural-urbana y existencia de importantes recursos, escasamente valorados pero susceptibles de ser aprovechados desde el punto de vista turístico. Para valorar los atractivos turísticos se diseñaron y aplicaron 26 indicadores que se refieren a tres componentes del paisaje (biótico, geomorfológico y cultural) y tres criterios de valoración (escénico, ambiental y educativo y/o académico). En el caso de las unidades de paisaje, se partió de la elaboración del mapa de paisajes. Cada una de las categorías paisajísticas fue valorada de acuerdo a criterios generales de preferencia, y una valoración final de su potencial para el turismo se obtuvo de la suma del puntaje de su categoría más los puntajes obtenidos por los atractivos turísticos en su interior. El estudio reveló la existencia en el área de 1230 unidades de paisaje, 123 categorías paisajísticas y 57 atractivos turísticos. El mapa de potencial turístico muestra una ruta de interés turístico que conecta a los atractivos a través de paisajes que fueron altamente valorados por su potencial para el desarrollo de la actividad turística.

Palabras clave: paisaje, atractivo turístico, valoración y potencial.

ABSTRACT

Tourism activities and development in high mountain rural areas are constrained by access difficulties to tourism attractions and local communities. This work develops and applies a number of landscape indicators to design a tourist route linking tourist attractions through high valued landscapes. The studied area is Cuautitlán basin (484km^2 and 2400-3800m absl), near to Mexico DF metropolitan area, which is a region with a number of tourism attractions low considered by local communities. Tourism landscape's attractions approach was done using 26 indicators, referring to three landscape components (biotic, abiotic, and cultural) and three criteria (scenic, environmental, and educational/academic). A landscape map was used to establish landscape's units. Each landscape categories was valued according to preferential criteria, and a final value was obtained through linear integration. 1230 landscape units, 123 landscape categories, and 57 tourist attractions were founded. A tourism landscape potential map is done, showing a tourist route linking the most valued landscapes and tourism attractions.

Key words: landscape, tourism attraction, valuation, potential

1. INTRODUCCIÓN

El desarrollo del turismo en comunidades rurales es un tema complejo en el que los aspectos sociales, económicos, políticos y legales son fundamentales y deben ser atendidos durante las distintas fases de diagnóstico, aplicación y monitoreo de la actividad. Dentro de este amplio esquema, un tema de gran interés se refiere al diagnóstico del potencial turístico territorial, que facilite los teóricos efectos positivos de la actividad turística (Tarroja, 2004; Barbini, 2005). Esto es del mayor interés para enfrentar el problema del desarrollo local en áreas rurales de montaña, donde no obstante la existencia de un cierto capital natural y cultural, los problemas relativos a la accesibilidad entre las comunidades y sus atractivos turísticos constituyen con frecuencia una limitante para la atracción de recursos y el desarrollo integral de la actividad turística.

Una vía para atender a tal demanda social consiste en identificar rutas turísticas que enlacen a los atractivos turísticos a través del paisaje (Leno, 1993). El interés por el paisaje se justifica no solo por ser un concepto accesible y comprensible para amplios sectores de la sociedad, sino que además tiene un fuerte componente identitario colectivo y de sensibilización con las transformaciones del territorio (Mikulec y Antoušková, 2011). Su aplicación en el campo académico ha facilitado la intervención de los agentes económicos y los actores sociales locales en el diseño de proyectos de desarrollo turístico, convirtiéndose para algunos en una de las principales condicionantes del éxito en la implantación y desarrollo de estas modalidades económicas (Picazo, 2012).

El potencial o aptitud del paisaje se concibe como: "La capacidad productiva, informativa y regulativa de los paisajes según la asociación de determinadas posibilidades y condiciones actuales para diferentes tipos de utilización, con el objetivo de satisfacer las necesidades de la sociedad" (Salinas, 1991). En este sentido, el potencial turístico-recreativo del paisaje se refiere al conjunto de condiciones naturales y culturales del paisaje que garantizan el desarrollo de la actividad turística (Leno, 1993; Espejo-Marín,

1999; Picazo, 2012), considerándosele no sólo como un elemento complementario, sino como un recurso y soporte básico en el diseño de casi cualquier tipo de producto turístico (Nogué, 1989). Existen dos herramientas que han sido ampliamente abordadas con fines de diagnóstico en temas turísticos desde el enfoque de paisaje. Por una parte están los mapas y los catálogos del paisaje, productos de amplio interés para la planificación y gestión ambiental (Salinas, 1991). Su utilidad ha sido probada en el diagnóstico de las características y valores del paisaje, de los factores que le dan origen y explican su funcionamiento, así como de los procesos de cambio relacionados con las actuales dinámicas económicas, sociales y ambientales (Muñoz, 1998; Nogué y Sala, 2006). Por otra parte se encuentra el uso de indicadores ambientales, los cuales han sido destacados por diversos estudios de corte socio-ambiental como una metodología adecuada para el diagnóstico del paisaje. Entre sus propiedades destacan ser suficientemente amplios para recibir una diversidad de casuísticas, al tiempo que suficientemente precisos como para acotar valoraciones, facilitando una manera sistemática de realizar estudios de paisaje (Nogué et al., 2009). La aplicación de indicadores todavía se encuentra poco desarrollada, pero existen interesantes experiencias para valorar la estética, calidad e identidad del paisaje (Vries, 2008; Mikulec y Antoušková, 2011).

El objetivo del estudio es proponer rutas que conecten a los atractivos turísticos utilizando el paisaje como hilo conductor, con la finalidad de ampliar los beneficios de la actividad a un sector más amplio de la sociedad, en un área rural de montaña.

2. MÉTODOS

2.1. Área de estudio

El estudio se llevó a cabo en la cuenca del río Cuautitlán (2200-3800 msnm / 484 km²), localizada a escasos kilómetros de la Ciudad de México (Figura 1). La zona presenta una importante afluencia turística, básicamente destinada a actividades de recreación y esparcimiento que se concentran en el Pueblo Mágico de Tepotzotlán, ubicado en la base de la cuenca, así como en espacios forestales y de alta montaña, donde la demanda ha permitido el desarrollo de decenas de centros ecoturísticos.

En el extenso territorio que se abre entre la base y las cumbres de la cuenca, la expansión agrícola y luego urbana, provocó desde mediados del siglo pasado la conformación de un mosaico paisajístico complejo y desorganizado, que en la actualidad constituye una limitante para la integración de las actividades turísticas (García-Romero, 2002). Frente a esta situación, existen en esta área valiosos recursos turísticos de carácter natural y cultural escasamente valorados pero susceptibles de ser aprovechados para promover la integración del turismo entre los sectores alto y bajo de la cuenca.

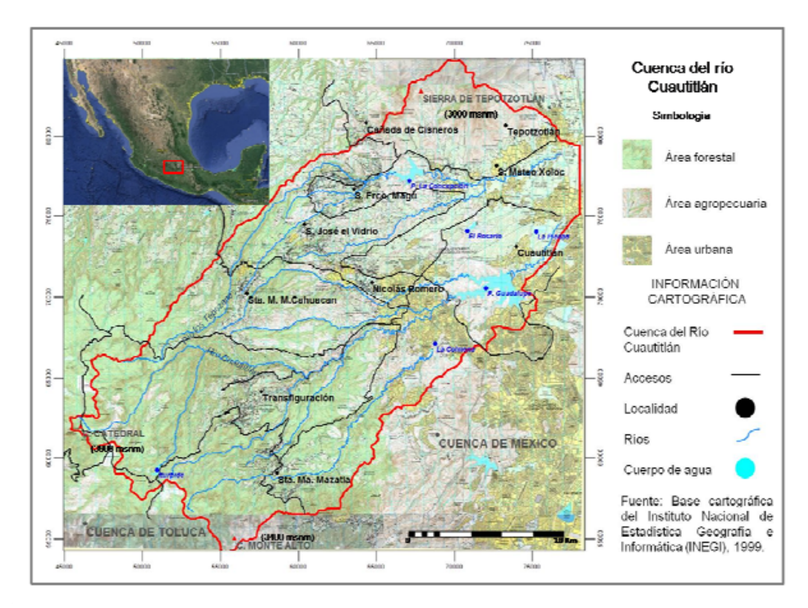


Figura1. Ubicación de la cuenca del río Cuautitlán en la vertiente oriental de la Sierra de Monte Alto, occidente de la Cuenca de México.

2.2. Elaboración del mapa de paisajes

La primera aproximación a los recursos turísticos con base de paisaje, se realizó delimitando unidades de paisaje en dos niveles taxonómicos. Este procedimiento muestra las relaciones entre los componentes de un mismo territorio a distintas escalas y es una buena manera de establecer una jerarquía territorial (Forman, 1995; Carbajal et al., 2010). En este caso se utilizaron dos niveles taxonómicos (García-Romero, 2002):

Paisaje de Nivel I. Unidad paisajística de decenas de km^2, definida por sus rasgos morfoestructurales y mesoclimáticos, los cuales definen la estructura más firme y estable del territorio (Bertrand, 1968; Muñoz, 1998). De estos componentes mayores dependen los potenciales y limitantes físicos que inciden en las posibilidades y condiciones actuales del territorio para diferentes tipos de utilización.

Paisaje de Nivel II. Unidad paisajística de cientos de m^2, coincidente con la combinación tipológica y espacial de tres componentes: a) Relieve, o unidades homogéneas en tipo de geoforma, litología asociada al origen, edad y geometría del relieve (Tapia-Varela y López-Blanco, 2002); y b) Usos del suelo y Vegetación, entidades homogéneas en origen (natural o cultural), desarrollo fisonómico de la vegetación y tipo de uso del suelo.

2.3. Valoración del potencial turístico y propuesta de rutas turísticas

Para identificar las rutas que conecten a los atractivos turísticos a través de las unidades de paisaje de alto potencial turístico se siguieron dos vías; por una parte la identificación y valoración de los atractivos turísticos, y por la otra la valoración de las distintas categorías del paisaje de Nivel II.

2.3.1. Valoración de los atractivos turísticos

El inventario de los atractivos turísticos se realizó durante el periodo 2012-2014, en visitas programadas con base en la disponibilidad y recomendaciones de los informantes clave. Los atractivos se cartografiaron y para su valoración se elaboró una lista con 26 indicadores que hacen referencia a los tres componentes básicos del paisaje (biótico, geomorfológico y cultural) y tres criterios de valoración (escénico, ambiental y educativo y/o académico) (Figura 2).

El Valor escénico se refiere a la capacidad de un atractivo turístico de transmitir un determinado sentimiento de belleza, en función de los atributos y la unidad de los elementos que lo conforman; el Valor ambiental se refiere a la importancia del sitio para la existencia, desarrollo y conservación de un ecosistema particular, con énfasis en su vegetación característica; el Valor educativo y/o académico se refiere a la ejemplaridad e importancia del sitio para explicar didácticamente y despertar el interés académico por estudios en procesos actuales o pasados, reconstruir eventos biofísicos o socioculturales, etc., (Panizza, 2001; Pralong, 2005; Zouros, 2007).

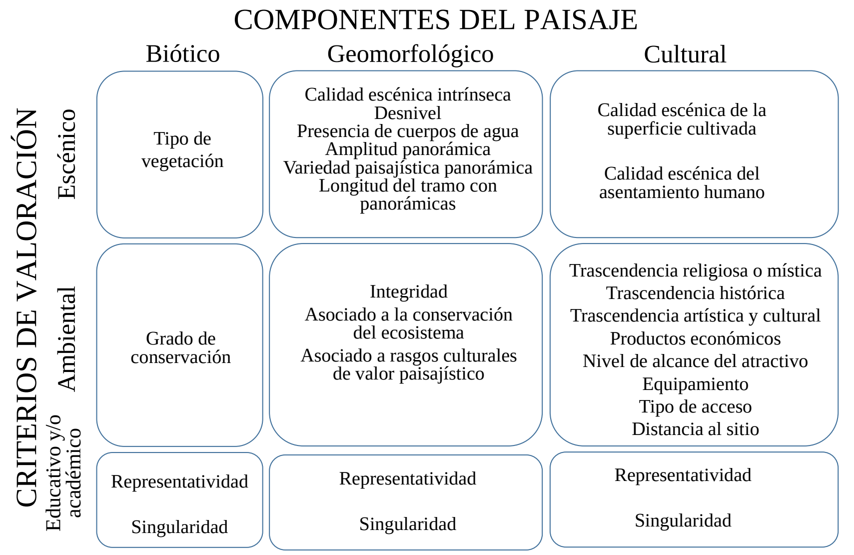


Figura 2. Indicadores ambientales para valorar el potencial de los atractivos turísticos.

La valoración utilizó una escala de cinco puntos: 0, 0.25, 0.50, 0.75 y 1. La valoración de cada uno de los atributos turísticos se obtuvo de la suma ponderada de los valores obtenidos para cada uno de los componentes del paisaje en los distintos indicadores relativos a los tres criterios de valoración.

2.3.2. Valoración de las categorías del paisaje

Se utilizaron cuatro indicadores para valorar, según criterios generales de preferencia y mediante la asignación de pesos (escala con puntajes de 0 a 5), a los tres componentes que definen a las distintas categorías del paisaje (Nivel II). Así, para el componente relieve se utilizaron dos indicadores -desnivel local e inclinación del terreno- para el componente vegetal un indicador -naturalidad de la vegetación más desarrollada-; y para el componente

uso del suelo se consideró un indicador -compatibilidad del uso actual con el turismo (Serrano, 2008).

2.3.3. Determinación del potencial turístico del paisaje

La valoración del potencial turístico de las unidades de paisaje de Nivel II se obtuvo mediante la suma del puntaje de su categoría paisajística, más los puntajes obtenidos por los atractivos turísticos en su interior. Los datos finales se relativizaron en relación al valor más alto y para cualificar los resultados se utilizó una escala con tres niveles de potencial turístico: Alto, Medio y Bajo.

3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1. Los paisajes de la cuenca del río Cuautitlán

La cuenca del río Cuautitlán presenta una notable diversidad ambiental y paisajística (Tabla 1), resultado de su naturaleza montañosa y de su vinculación a un vulcanismo relativamente reciente, además de los no menos importantes matices que resultan de su interacción con las actividades humanas.

El paisaje del área comprende 5 tipos de paisaje de Nivel I y 123 tipos de Nivel II. Tres tipos de paisaje de Nivel I pertenecen a la Sierra Mayor de Monte Alto, estructura volcánica del Plio-Cuaternario, con clima fresco-húmedo y bosques de coníferas y frondosas; una unidad pertenece a la Sierra Menor de Tepotzotlán, pequeña estructura volcánica del Terciario, con clima templado-subhúmedo y bosques bajos de encino; y una unidad pertenece a la Planicie de Fondo de Cuenca, con clima subhúmedo-templado, vegetación de matorral xerófilo y uso de suelo urbano. (Tabla 1; Figura 3).

Tabla 1: Diversidad y dominancia paisajística en la cuenca del río Cuautitlán

Paisajes de Nivel I	Superficie	Categ. Paisajes de Nivel II			Diversidad paisajística		Dominancia
	Km²	Naturales	Culturales	Total	Total /km²	max= 100%	naturales:culturales
Laderas y cumbres de la Sierra de Monte Alto	64.3	23	12	35	0.544	79.8	1.9
Piedemonte superior de la Sierra de Monte Alto	70.4	25	23	48	0.682	100.0	1.1
Piedemonte inferior de la Sierra de Monte Alto	270.2	31	76	107	0.396	58.1	0.4
Laderas y piedemonte de la Sierra de Tepotzotlán	50.2	3	16	19	0.379	55.5	0.2
Planicie marginal de fondo de cuenca	29.4	2	15	17	0.577	84.7	0.1
TOTAL	484.5	84	142	226	0.466		

Fuente: Elaboración propia.

3.2. Valoración del potencial turístico del paisaje

Se identificaron y valoraron 57 atractivos turísticos que confieren al territorio un elevado potencial para el diseño de rutas con amplio interés para el desarrollo integral de la actividad turística. Los atractivos turísticos mejor valorados se localizan en los paisajes forestales de montaña (>2800 msnm) con alta accesibilidad, y asociados a topografías agrestes, bosques de coníferas y mixtos, y elementos arquitectónicos singulares bien conservados. Asimismo, fueron altamente valorados los senderos, las vistas panorámicas y la distancia al sitio (Figura 3; Tabla 2).

La Figura 3 muestra 1230 unidades del paisaje de Nivel II clasificadas según su potencial para el turismo en tres categorías (alto, medio y bajo). En cada caso el potencial se obtuvo mediante la suma del valor obtenido por su categoría paisajística, más los valores obtenidos por sus atractivos turísticos. La ruta turística propuesta parte del Pueblo Mágico de Tepotzotlán, declarado así por la SECTUR con base en la conservación de tradiciones, cultura, historia y arquitectura de la época Virreinal. Desde allí, la ruta dirige el flujo del turismo a través de un extenso territorio, hacia dos de las unidades superiores del paisaje (Nivel I): las Laderas y cumbres de la Sierra de Monte Alto (I-1) y el Piedemonte superior de la Sierra de Monte Alto (I-2) (>2800 msnm; 134.3 Km^2). Allí, el estudio permitió reconocer una amplia oferta turística, con más de 25 atractivos turísticos y trayectos a través de paisajes naturales de alta calidad (Nivel II). Entre ellos destacan los extensos valles fluviales encajados sobre cumbres y laderas lávicas, con bosques mixtos y de coníferas. El predominio de los paisajes forestales de las cumbres contrasta con la diversidad paisajística del piedemonte, producto del sincretismo entre naturaleza y sociedad.

Un aporte importante del estudio fue enlazar dicha área con los paisajes del sector medio y bajo de la cuenca (paisajes I-3, I-4 y I-5) (Figura 3). Allí, la ruta turística propone 6 atractivos turísticos a través de un extenso recorrido por escenarios que exhiben un patrón ambiental árido, y valioso por su escasa distribución en otros sectores del sur de la Cuenca de México.

Tabla 2. Valoración del potencial turístico de los 57 atractivos identificados en la cuenca del río Cuautitlán.

No.	Coordenadas		Altitud	Atractivo turístico	Tipo	Valoración del potencial turístico			
	X	Y	(msnm)			Geomorfol.	Biótico	Cultural	Pot. Tur.
1	456329	2162384	2846	Mirador Isidro Fabela	Puntual	2.73	0.00	2.70	5.43
2	455363	2168562	2827	Mirador Quinto Barrio	Puntual	2.50	0.00	1.45	3.96
3	456508	2166951	2797	Tray. Panorám. y mirador Quinto Barrio - Los Capulines	Puntual	2.05	0.00	1.25	3.29
4	455925	2160478	2905	Sitio de recreación Cerro San Pablo	Puntual	4.32	4.16	0.62	9.11
5	458385	2158254	2820	Pueblo Caixte	Puntual	2.96	3.33	3.32	9.61
6	458830	2157530	2864	Mirador Santa María Mazatla	Puntual	3.19	0.00	2.08	5.26
7	463042	2167036	2488	Tray. Panorám. y mirador Monte Alto - Isidro Fabela	Puntual	2.73	5.00	1.45	9.18
8	455234	2167672	2868	Mirador Loma de Casa Vieja - Quinto Barrio	Puntual	3.64	0.00	1.04	4.68
9	456503	2166957	2796	Mirador Barrio de Guadalupe	Puntual	2.05	0.00	1.04	3.09
10	455925	2160307	3005	Peña y mirador Piedra colgada	Puntual	5.69	8.33	0.62	14.64
11	474326	2171694	2283	Acueducto Arcos de Tepojaco	Puntual	2.73	0.00	3.11	5.84
12	448715	2161486	3408	Sitio de recreación Llano Navajas	Puntual	4.10	7.49	1.66	13.25
13	451029	2162945	3284	Sitio de recreación Llano Tecuani	Puntual	4.78	7.49	1.87	14.14
14	446176	2164534	3485	Llano volcánico Laguna Seca	Areal	4.78	8.33	1.25	14.35
15	447517	2161449	3480	Valle panorámico Las Palomas (Los Tachos)	Areal	5.46	6.66	1.87	13.99
16	450317	2159136	3298	Sitio de recreación Valle de La Luna	Areal	5.23	8.33	2.49	16.05
17	451272	2159605	3273	Sitio de recreación Presa Iturbide	Areal	3.87	4.16	2.49	10.52
18	450310	2158208	3367	Sitio de recreación Horganillos	Areal	3.64	6.66	2.49	12.79
19	455252	2159228	3025	Sitio de recreación Peña de Lobos	Areal	4.10	7.49	2.08	13.66
20	453589	2159408	3159	Sitio de recreación Presa Copoxi	Areal	5.23	8.33	2.28	15.84
21	452113	2167494	2879	Sitio de recreación y Mirador 3 Piedras	Areal	2.50	6.66	2.08	11.24
22	451931	2166955	2955	Sitio de recreación 3 Potrillos	Areal	2.73	4.16	2.08	8.97
23	454896	2158510	3056	Desarrollo ecoturístico Rincon de los Venados	Areal	3.64	5.83	2.70	12.17
24	455725	2158504	3010	Sitio de recreación El Ocoxal	Areal	2.50	5.00	2.70	10.20
25	455875	2158429	2978	Sitio de recreación Los Fresnos	Areal	2.28	3.33	3.53	9.13
26	455868	2158055	2987	Desarrollo ecoturístico Las Escondidas	Areal	3.41	6.66	3.11	13.19
27	455909	2158167	2981	Sitio de recreación El Xote	Areal	3.41	5.83	2.91	12.15
28	458239	2157848	2840	Sitio de recreación Rixco Park	Areal	2.73	5.83	3.32	11.88
29	450832	2165928	3015	Sitio de recreación Rancho El Paraíso	Areal	3.19	7.49	3.32	14.00
30	460106	2164779	2551	Sitio de recreación Truchas El Huerto	Areal	1.37	5.00	2.08	8.44
31	458495	2165978	2548	Sitio de recreación La Planta	Areal	2.73	5.00	2.08	9.80
32	457724	2165903	2590	Sitio de recreación El Polvorin	Areal	3.64	5.00	1.45	10.09
33	460279	2165235	2522	Sitio de recreación Halcon Dorado	Areal	1.14	5.00	1.45	7.59
34	461530	2165570	2458	Desarrollo ecoturístico Paraje Los Panales	Areal	2.28	5.00	2.49	9.76
35	460300	2165309	2540	Desarrollo ecoturístico Los Pocitos	Areal	2.50	5.00	1.87	9.37
36	459019	2164430	2619	Sitio de recreación Los Encinares	Areal	0.68	1.67	1.87	4.22
37	458126	2163629	2660	Sitio de recreación El Paraiso	Areal	0.23	1.67	0.21	2.10
38	460164	2162127	2649	Sitio de recreación Rancho Encantado	Areal	2.28	4.16	3.53	9.97
39	451153	2165763	3000	Sitio de recreación Tres Piedras	Areal	3.87	6.66	1.87	12.40
40	467970	2177935	2362	Mirador y sitio de recreación Presa La Concepción	Areal	5.23	0.83	1.87	7.93
41	459659	2172164	2631	Campamento ecoturístico Cahuacan	Areal	1.82	0.00	3.11	4.93
42	475362	2180686	2310	Campamento Abekany	Areal	2.50	0.83	4.15	7.49
43	454441	2162273	3055	Patrón parcelario Valle El Mongo	Areal	3.87	1.67	1.66	7.19
44	466332	2174903	2385	Ex-hacienda Lanzarote	Areal	2.96	0.00	3.11	6.07
45	466332	2174903	2385	Antiguo ahuehuete de Lanzarote	Areal	2.96	0.00	4.36	7.32
46	458377	2160537	2788	Zócalo Santa Ana Jilotzingo	Areal	3.41	0.00	2.70	6.11
47	456202	2162327	2826	Zócalo Tlazala de Fabela	Areal	2.50	0.00	3.53	6.03
48	456643	2171870	2701	Pueblo Santa María Magdalena Cahuacan	Areal	0.23	0.00	2.49	2.72
49	459773	2173239	2618	Pueblo San José el Vidrio	Areal	1.37	0.00	3.11	4.48
50	462727	2177095	2478	Pueblo San Francisco Magú	Areal	0.46	0.00	2.91	3.36
51	476526	2179726	2287	Pueblo Mágico Tepotzotlán	Areal	3.41	0.00	7.89	11.30
52	451352	2159697	3260	Sendero cuanca alta del río Cuautitlán	Lineal	5.46	8.33	0.83	14.62
	451923	2160262	3163						
53	453709	2160997	3155	Carretera panorámica Presa Iturbide - Tlazala de Fabela	Lineal	4.55	6.66	1.25	12.46
54	454441	2162273	3055	Trayecto panorámico Valle El Mongo	Lineal	3.64	5.00	1.25	9.88
	454560	2162542	3151						
55	466718	2175146	2353	Trayecto panorámico La Concepción - Lanzarote	Lineal	3.87	0.00	1.25	5.11
	465507	2177427	2367						
56	452119	2166909	2940	Trayecto panorámico Los Capulines - Llano Laguna Seca	Lineal	3.87	5.83	1.66	11.36
	450369	2167176	3100						
57	461321	2166409	2554	Trayecto panorámico Lomas del Río	Lineal	4.32	5.00	1.04	10.36
	461884	2166673	2539						

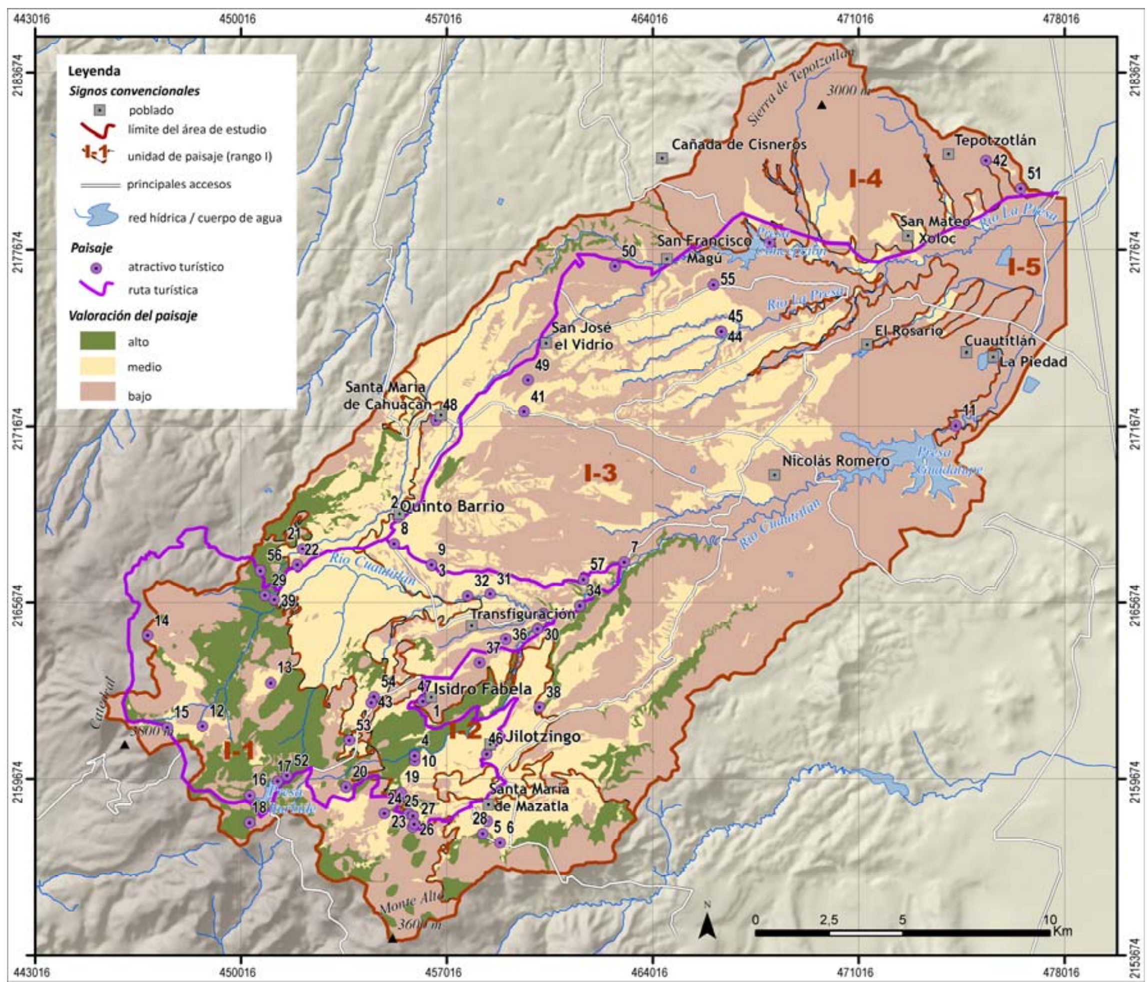


Figura 3. Mapa del potencial turístico de los paisajes de la cuenca del río Cuautitlán. Se indica la ruta turística propuesta con base en la valoración de unidades de paisaje.

4. CONCLUSIONES

En este trabajo se presenta la valoración del potencial turístico de los paisajes, y con base en ello una propuesta de ruta turística para un área rural de montaña próxima a la Ciudad de México. La ruta muestra una amplia oferta turística en la que se incluyen 57 atractivos turísticos conectados a través de diversas unidades paisajísticas que fueron altamente valoradas.

Destacan del conjunto los atractivos y paisajes coincidentes con relieves agrestes de montaña y bosques de coníferas y mixtos en buen estado de conservación, además de elementos arquitectónicos de valor histórico singular. Se espera que este estudio fomente el interés de las autoridades locales en la implementación de estrategias relacionadas con la actividad y gestión del turismo, como una vía para promover la estimulación de las economías locales.

AGRADECIMIENTOS
La presente investigación ha sido financiada con los proyectos PAPIIT IN300911 e IN301414, otorgados por la Dirección General de Asuntos del Personal Académico de la UNAM.

BIBLIOGRAFÍA

BARBINI, B. (2005): “Viabilidad social para el desarrollo turístico en centros urbanos bonaerenses”. *Aportes y transferencias*, 9/2, pp. 148-158.

BERTRAND, G. (1968): “Paysage et géographie physique globale”. *Révue Géographique des Pyrénées et du Sud-Ouest*, 39/3, pp. 249-272.

CARBAJAL, J. C., HERNÁNDEZ J. R., BOLLO, M. (2010): “Paisajes fisico-geográficos del Circuito Turístico Chilpancingo-Azul, estado de Guerrero, México”. *Investigaciones Geográficas*, 73, pp. 71-85.

ESPEJO MARÍN, C. (1999): “El paisaje como recurso turístico”. En: Simancas, M. R. y Cortina, A. (coords.), *Retos y perspectivas de la gestión del Paisaje de Canarias, Santa Cruz de Tenerife*. pp. 337–461.

FORMAN, R. (1995): *Land Mosaics. The Ecology of Landscapes*, Cambridge University Press, Nueva York.

GARCÍA-ROMERO, A. (2002): “An evaluation of forest deterioration in the disturbed mountains of Western Mexico”. *Mountain Research and Development*, 22, pp. 270-277.

LENO, F. (1993): *Técnicas de evaluación del potencial turístico*. Secretaría General de Turismo, Madrid.

MIKULEC, J., ANTOUŠKOVÁ, M. (2011): “Landscape and tourism potential in the protected landscape areas”. *Agricultural Economics*, 6, pp. 272–278.

MUÑOZ, J. (1998): “Paisaje y Geosistema. Una proximidad desde la Geografía Física”. En: Martinez de Pisón E. (ed), *Paisaje y medio ambiente*. Fundación Duque de Soria-Universidad de Valladolid, pp. 45-56.

NOGUÉ, J. (1989): “Paisaje y turismo”. *Estudios Turísticos*, 103, pp. 35-45.

NOGUÉ, J., PUIGBERT, L., BRETCHA, G. (2009): *Indicadors de paisatge. Reptes i perspectives*. Observatorio del Paisaje de Cataluña, Olot y Barcelona. Disponible en < http://www.catpaisatge.net/esp/catalegs_doc_prototipus.php >.

NOGUÉ, J., SALA, P. (2006): *Prototipo de Catálogo de paisaje*. Observatorio del Paisaje de Cataluña, Olot y Barcelona, p. 32. Disponible en < http://www.catpaisatge.net/esp/catalegs_doc_prototipus.php >.

PANIZZA, M. (2001): “Geomorphosites: Conceptos, methodos and examples of geomorphological survey”. *Chinese Science Bulletin*, 46, pp. 4-5. Disponible en < http://link.springer.com/article/10.1007/BF03187227 >.

PICAZO, H. (2012): “¿Por qué viajamos donde Viajamos? Una Introducción a la estrecha relación entre Turismo y Paisaje”. *Revista Eubacteria*, 29, pp. 1-5.

PRALONG, J. P. (2005): “A method for assesing tourist potential and use of geomorphological sites”. *Géomorphologie: relief, processus, environnement*, 3, pp. 189-196.

SALINAS, E. (1991): *Análisis y Evaluación de los paisajes en la planificación regional en Cuba*. Tesis de doctorado, Universidad de La Habana (inédito) 187 pp.

SERRANO, D. (2008): “Ensayo metodológico para la valoración estética del paisaje. Aplicación en Muntanyes d’Ordal (Barcelona)”. *Revista Geographicalia*, 54, pp. 99-112.

TAPIA-VARELA, G., LÓPEZ-BLANCO J. (2002): “Mapeo geomorfológico analítico de la porción central de la Cuenca de México: unidadess morfogenéticas a escala 1:100,000”. *Revista Mexicana de Ciencias Geológicas*, 19/1, pp. 50-65.

TARROJA, A. (2004): “Paisaje y gestión del territorio: transformaciones territoriales y valoración social del paisaje”. *Monográfico sobre paisaje y gestión del territorio*, Madrid, Colegio de Geógrafos, pp.1-8.

VRIES, S. (2008): *Making GLAM rock: Step 1 from 2 to 3 or how to Improve on Version 2 of the GIS-based Landscape Appreciation Model*. Wageningen, Alterra.

ZOUROS, N. (2007): “Geomorphosite assessment and management in protected areas of Greece case study of the Lesvos island – coastal geomorphosites”. *Geographica Helvetica*, 62, pp. 169-180.

MESA 2: NUEVAS OPORTUNIDADES DE COOPERACIÓN. TURISMO, GLOBALIZACIÓN, CAMBIO CLIMÁTICO Y NUEVAS TECNOLOGÍAS.

Impacto de los cruceros en la economía local y regional: el caso de Progreso, Yucatán, México

Frank Babinger

Departamento de Análisis Geográfico Regional y Geografía Física, Facultad de Comercio y Turismo, Universidad Complutense de Madrid. España.

RESUMEN

La comunicación presenta los resultados de un trabajo de campo que el autor ha llevado a cabo en Yucatán, México, durante los meses de marzo, abril y mayo de este año 2015. Durante este tiempo ha podido hacer entrevistas cualitativas a numerosos *stake holders*, que le han dado información valiosa sobre los impactos económicos y sociales de los cruceros en Yucatán en general y Progreso en particular. De esta manera ha podido entrevistarse con los responsables del área turística locales de Progreso y estatales de Yucatán, como con la Autoridad Portuaria Integral de Progreso, diferentes tour operadores, cruceristas y otros agentes relacionados con la actividad de los cruceros en Progreso (empresarios locales, vendedores ambulantes, masajistas, etc.). Aunque con ciertas diferencias y matizaciones, la opinión generalizada es que los cruceros constituyen una valiosa actividad complementaria para Progreso y Yucatán y se espera y desea un aumento de la actividad en años venideros.

Palabras clave: Progreso (Yucatán), Cruceros, Turismo, Impacto económico

ABSTRACT:

The paper focuses on the socio-economic impacts of cruise activity in Progreso, Yucatan, Mexico. From little more than fifteen years, Progreso has been erected in port of call for cruise ships arising from American shores of the Gulf of Mexico and going over to Mexican Caribbean destinations, mainly the island of Cozumel. To this is added that from 2015 on it will be again Home Port for new cruise ships that have their origin in Progreso or Cozumel.

The incorporation of cruise activities to the local economy has been organized top-down, determined and organized by various authorities involved in the harbour: the Port Authority, under federal government, the Secretary of Tourism Development from state government and tourism management of local government.

However, there is still work to be done to move the optimistic, positive and positivist visions of the authorities to local and regional population that should benefit from the activity.

In a field study carried out during the months of March, April and May of this year, there have been conducted qualitative and open interviews with the responsible for the activity, as well as with the beneficiaries' agents and local workers.

The result is although the benefits of the activity are not denied, estimated at $50-60 per tourist disembarked, resulting in numerous activities that are performed only when vessels are arriving, the vision is not as optimistic as expected.

Actually there is missing an effective incorporation of local and regional population to see and perceive the economic benefits of the activity. Additionally it needs a greater awareness of the population, mainly occupied in other traditional fishing and commercial sectors, to improve their disposition towards tourists. Indeed a considerable resistance of population has been detected to incorporate improvements that would modify the appearance of the city, which would result benefitting not only visitors but also the inhabitants themselves. This is essential if the objective is to increase the benefits of the activity for local population, when at the same time it must prevent tourism becomes the only one, drowning the other traditional economic activities that, for now, are the most important of the city.

There are two positive outlooks about cruise shipping activity in Progreso: first its undoubted complementarity as being concentrated on weekdays, while the local and regional tourism approaches Progreso during weekends and holidays. On the other hand, its complementarity to traditional fishing and commercial occupations in difficulty, for example during closed seasons, which would allow occupy a population in search of work.
The internal diversification within cruise industry by becoming a Home Port should be considered as an opportunity for greater acceptance by the population by the bias of an expected increase of economic benefits both for Progreso and its surroundings.

Keywords: Progreso (Yucatan), Cruise, Tourism, Economic impact

1. INTRODUCCIÓN

La actividad de los cruceros se ha destacado tanto por su crecimiento vertiginoso desde los años noventa del siglo pasado, como por la lentitud de aparición de estudios científicos (Martínez, 2012) sobre sus repercusiones más allá de cifras estériles de crecimiento. Sobre este crecimiento, sobran ya publicaciones que resaltan que es el subsector con el mayor crecimiento turístico (Dickinson y Vladimir, 1997; Hobson, 1993; Hall, 2001; Cartwright y Baird, 1999) doblando las cifras del crecimiento turístico global (Wood, 2004). Es a partir de los inicios del nuevo milenio que empiezan finalmente a abundar publicaciones científicas sobre cruceros (Dowling, 2006; Wood, 2000, 2004) incluida la aparición de monografías publicadas por la OMT (2003, 2008, 2011).

Huyendo de esta visión puramente estadística, se ha querido indagar en las repercusiones socioeconómicas de la actividad en un puerto situado en la periferia de la mayor concentración de la actividad crucera en el mundo. Resulta que se conocen los grandes puertos del mar Caribe mexicano, como lo son Cozumel y, más recientemente, Mahahual, ubicados en las zonas turísticas denominadas Riviera Maya y Costa Maya en un alarde de incorporación del imaginario del Mundo Maya al turismo de masas. Mientras, otros puertos cercanos quedan eclipsados por su radiante imagen como el puerto de Progreso en el estado de Yucatán, a caballo entre el Golfo de México y el Mar Caribe, que se ha erigido en escala de cruceros desde hace más de 15 años. Por lo tanto se consideró de interés conocer las repercusiones de la actividad de los cruceros sobre este puerto relativamente desconocido.

2. ZONA DE ESTUDIO

Progreso está situado en el litoral norte del Estado de Yucatán, a unos 35 kilómetros de la capital estatal, Mérida. Se trata de una villa pesquera de unos 50.000 habitantes (censo de 2010) cuyo puerto fue fundado en 1871 en sustitución del de Sisal, beneficiándose de la cercanía de la capital.

El puerto de Progreso, pesquero y comercial, tuvo un auge especial a principios y mediados del siglo pasado por la construcción del puerto de altura, un malecón que se adentra 1,5 Km. en el mar y que fue ampliado en 1985 con otros 5 Km. más, lo que lo convierte en uno de los puertos de altura más grandes del mundo. No obstante, para esta investigación interesan los cambios acaecidos a finales de los años noventa del siglo pasado con la llegada de los primeros cruceros al puerto. No será hasta el año 2001 que se inaugura la terminal de cruceros, dando el pilotazo de salida para la llegada de los cruceros. Otro cambio significativo se produjo en 2009 con el drenaje y la ampliación del canal de llegada que permitió el arribo de los barcos de última generación al puerto de Progreso, antes limitados por la escasa profundidad de las aguas debido a una importante plataforma litoral.

Además del aumento de tamaño de los barcos y, por ende, del número de pasajeros a partir de los años 2002 y 2010, debido a la introducción de varias mejoras que acabamos de comentar, aparecen algunas otras fluctuaciones notables que deben ser comentados. Después de un continuo crecimiento nos encontramos con una bajada notable en los años 2005 y 2006. Como comenta Babinger (2012), en 2005 el litoral yucateco fue afectado directamente por la depresión tropical Cindy a principios de julio, cuyos efectos apenas se notaron, y por el huracán Emily a finales de este mismo mes, que sí dejó una huella notable en toda la costa, habiéndose interrumpido todas las actividades en la misma, incluidas las del puerto de Progreso que tuvo que ser evacuado.

No obstante, como es habitual e intrínseco en los destinos turísticos, la afluencia a los mismos no depende únicamente de las características del destino, sino también de los mercados emisores. En este sentido cabe resaltar, que el mercado mayoritario de Progreso, como del resto del estado de Yucatán, de la península y de México en general, es el de los Estados Unidos de América, también fuertemente afectados por varios huracanes y tormentas tropicales durante la temporada de huracanes de 2005, especialmente por Katrina y Rita.

En 2008 se produjo el mejor año de la serie con un total de 158 barcos y casi 350.000 pasajeros debido, una vez más, a la actividad de los huracanes en el área caribeña. En este caso al huracán Dean que literalmente borró el muelle de Mahahual del mapa, por lo que los barcos tuvieron ser desviados al puerto de Progreso. Sin embargo, y como se temió (Babinger, 2010), los barcos volvieron a su ruta habitual hacia la costa Maya una vez reconstruido el muelle afectado. Esta bajada fue acentuada por la alarma producida debido a la presencia de la Influenza en México en 2009, mientras que en 2013 se produjo una reducción en las llegadas debido al incendio de uno de los barcos que habitualmente llegaba a Progreso y que tuvo que cancelar 18 de sus viajes previstos.

Si comparamos estos datos con el resto de los puertos mexicanos, podemos ver que Progreso siempre ha estado entre el "top ten" de los destinos cruceros en el país, pasando del puesto décimo en 2000 al séptimo en 2010 presentando la mayor tasa de crecimiento medio anual de todos los puertos de México con casi el 30% (Martínez, 2011). Sin embargo, todos estos datos nos sirven únicamente para enmarcar una realidad que va mucho más allá de meras cifras y estadísticas.

Un vez vistos estos antecedentes, nos preguntamos ¿cómo influye la llegada de los cruceros en los progreseños y yucatecos? ¿Cuáles son los impactos socioeconómicos derivados de su presencia?

3. METODOLOGÍA

Para conocer la realidad de las implicaciones de la actividad crucerística en el puerto de Progreso se contactó con todos aquellos agentes cuya actividad está relacionada con el arribo de los cruceros: la responsable de la dirección de turismo del Ayuntamiento de Progreso, el coordinador de turismo de cruceros de la Secretaría de Fomento del Turismo del Gobierno del Estado Yucatán, la gerente de comercialización de la Autoridad Portuaria Integral de Progreso, la concesionaria de la terminal de cruceros en el puerto, varios tour operadores y transportistas, la dirección del Instituto Nacional de Arqueología e Historia de Yucatán (INAH), el Gran Museo del Mundo Maya de Mérida y, finalmente, todos aquellos que tienen trato directo con los cruceristas; restaurantes, vendedores, masajistas, animadores, etc.

Esto responde a la hipótesis inicial que consideró desde el principio que la zona de estudio no podía limitarse al puerto de llegada, sino que debería extenderse a todos aquellos lugares relacionados con la actividad de los cruceros, imaginada o real, en función de las respuestas recibidas.

Las entrevistas no programadas con los prestadores de servicios y los turistas se efectuaron ad hoc en el propio Progreso o durante alguna excursión a la que fuimos invitados generosamente por parte de los tour operadores. Obviamente, no se trata de encuestas con validez estadística, ni fueron concebidas como tales, sino que se quería conocer la impresión de algunos de los implicados. Se complementó este apartado con la consulta de la prensa local y regional en la que aparece numerosa información sobre los cruceros que llegan al puerto, además de diversas páginas en internet en las que los cruceristas dejan sus opiniones. En este último caso, se han consultado más de 1.000 opiniones vertidas en los últimos años. Sin embargo, tampoco en este caso podemos hablar de una población

estadísticamente significativa, puesto que no todos los turistas dejan sus impresiones y abundan claramente dos categorías, la mejor y la peor.

El procedimiento para las entrevistas programadas con los agentes implicados fue relativamente sencillo, puesto que el contacto inicial se hizo a través de un breve correo electrónico de presentación y petición de entrevista. Las respuestas obtenidas en un lapso de tiempo muy breve superaron todas las expectativas iniciales y la disponibilidad de casi todos los implicados puede considerarse modélica. Sin esta disposición a colaborar, la investigación no hubiera sido posible. Hay que señalar que la mayor sorpresa resultó ser la coincidencia de opiniones, aunque con matices, de casi todos los entrevistados, como a continuación se pondrá de manifiesto.

4. RESULTADOS

Actualmente el puerto de Progreso cuenta con la llegada continua de dos cruceros a la semana y aunque no lleguen de forma sistemática los mismos días de la semana, éstos son conocidos por antelación por parte de todos los implicados. Desde el mes de junio, y hasta octubre, se les añade otro barco más por semana.

Como primer y fundamental resultado se puede decir sin ambigüedades, que el pueblo no es el mismo en día de arribo de cruceros, que en un día sin su presencia. La transformación de Progreso es muy notable y es detectable a simple vista tanto en la playa, como en el malecón, como en las calles inmediatamente adyacentes y en el Bazar de Artesanías, cerrado los días que no hay barco. Los vendedores ambulantes, meseros y masajistas lo confirman; solamente vienen cuando arriban los barcos, mientras que el resto de la semana no les vale la pena acudir puesto que el costo del transporte supera los beneficios esperados.

4.1. Percepción de los prestadores sobre el impacto económico generado

La realidad es que hay dos opiniones claramente diferenciadas; por un lado aquellos que reconocen la importancia que tiene la presencia de los cruceros para su negocio y sus ingresos personales, fundamentalmente expresada por las masajistas en los puestos de las playas y del bazar de artesanías, y los que reducen o niegan esta importancia, especialmente por parte de los vendedores ambulantes.

También podemos comentar, que la percepción generalizada es que no llega más del 10% de los pasajeros a Progreso, lo que no coincide con los datos oficiales. Esto nos indica que hace falta un importante trabajo de concienciación para transmitir la realidad a los prestadores de servicio. Por otro lado, es complicado saber cuánto hay de queja generalizada y cuánto hay de verdad en la información recibida. Los lamentos sobre el número reducido de turistas que se quedan en Progreso y sus escasos gastos se repiten por parte de los prestadores entrevistados y encuentran su reflejo en la prensa local y regional que recoge periódicamente esta información.

Sin embargo, hay otro dato revelador que nos puede acercar algo más a la realidad. Cuando se dio la importante reducción de cruceros entre 2008 y 2009, perdiendo 46 barcos y más de 100.000 pasajeros (y 40.000 tripulantes), la situación cambió. De repente todos los

implicados exigían una actuación inminente por parte de las autoridades para recuperar los cruceros y minimizar los efectos perniciosos de su ausencia. ¿Concuerda esto con las manifestaciones de la poca importancia y escasa derrama económica de los cruceros? Allí se vio que hay también mucho interés en seguir lamentándose en vez de reconocer los beneficios propios y ajenos que genera la actividad.

4.2. Oferta de Progreso y Yucatán vs. demanda de los cruceristas

La oferta turística de Progreso y de Yucatán puede calificarse de excepcional. No tanto la de la ciudad en sí, relativamente escasa, sino como lanzadera hacia muchos otros lugares de Yucatán con un interés cultural realmente sobresaliente. Desde luego que el breve listado que pondremos a continuación no le hace justicia a la importancia cultural y turística que representa: Mérida y Valladolid como ciudades coloniales; Izamal reconocido como Pueblo Mágico y propuesta para ser declarado Patrimonio de la Humanidad; la cultura maya y las ruinas de Chichén Itzá, –Patrimonio de la Humanidad y una de las nuevas siete maravillas del mundo - Uxmal –asimismo Patrimonio de la Humanidad- y Dzibilchaltún, entre otras; las rutas de los conventos y Puuc; haciendas; reservas naturales y Reservas de la Biosfera con el flamenco como especie especialmente atractiva para el turista; la gastronomía mexicana en general, distinguida como Patrimonio de la Humanidad, y yucateca en particular; etc. Sin mencionar que presenta otros numeroso lugares de interés para el turismo de naturaleza, ecoturismo, de aventuras o cultural, además de tener a Campeche, igualmente declarada Patrimonio de la Humanidad, a una distancia relativamente cercana.

Sin embargo, esta oferta presenta un problema significativo en la actualidad y es que no se corresponde con la demanda de los cruceristas que arriban hoy por hoy a Progreso. Se trata de un tema muy polémico que ha aparecido en todas las entrevistas llevadas a cabo, salvo en las de los propios turistas, como no puede ser de otra manera. La razón es que los turistas que llegan a Progreso son de un nivel adquisitivo y cultural relativamente bajo.

No se trata aquí de entrar en ningún tipo de juicio de valor, simplemente estamos constatando una realidad confirmada por todos los actores. Además, es fácilmente comprobable: en la propia página de internet de Carnival Cruise Lines, la única naviera que atraca de manera recurrente en Progreso, un crucero de 4 días cuesta solamente 179 dólares, un importe asombrosamente bajo y que atrae a un determinado turista que quiere hacer un alto en sus quehaceres diarios con el fin de divertirse. En comparación, los tours ofertados por 100 dólares aparecen muy caros frente al precio inicial del crucero. Esto se traduce en el hecho que la oferta cultural sobresaliente ofertada por Yucatán no se ve respaldada por la demanda real de los turistas que llegan. Éstos se enmarcan en el turismo de masas y buscan atracciones de sol y playa, además de una considerable cantidad de alcohol asociado a sus actividades.

Por supuesto que no se puede generalizar, pero la realidad nos demuestra que la oferta y la demanda no concuerdan en el caso de Progreso. La oferta es de muchas, tal vez demasiadas opciones, mientras que la demanda no es de opciones, no quiere tener que elegir, prefiere playa, diversión, comer, alcohol y poco más. Prefieren que le lleven, no de tener que elegir y opinar. Repetimos que es un forma tan válida como cualquier otra para pasar las vacaciones, pero es alarmante que oferta y demanda no concuerdan.

4.3. Beneficios en el resto de Yucatán

Como hemos podido ver, la oferta cultural que ofrece el estado de Yucatán es realmente sobresaliente, por lo que nos preguntábamos hasta dónde podría llegar la derrama económica provocada por el arribo de cruceros en Progreso. Naturalmente, existen beneficios para las empresas implicadas –naviera, tour operadores, restaurantes, comercios, etc.- pero no solamente para ellas. También se benefician sus empleados, guías, conductores, vendedores, meseros, masajistas, etc. en todos aquellos lugares a los que llegan los visitantes, en especial a Progreso y Mérida. Allí se desplazan numerosos turistas a través de tour operadores, taxis individuales, taxis compartidos o autobuses, todos ellos también beneficiados por la actividad. Es complicado conocer la derrama económica que se deja en Mérida en restaurantes, comercios y tiendas de artesanía, pero también existe.
A ello se añade el importe pagado en las visitas a los restos arqueológicos: la entrada a los sitios revierte directamente en el INAH y en CULTUR sin que la naviera o el tour operador se lleven una parte, aunque tenemos que reconocer que no hemos sido atendidos por la administración par conocer su parecer ante esta realidad. Como hemos podido comprobar en el caso de Dzibilchaltún, en día de crucero llegan entre 4 y 6 autobuses (de unos 30-35 pasajeros cada uno), más varios minibuses y taxis, mientras que en los otros días el lugar queda básicamente vacío – exceptuando los domingos cuando el acceso es gratuito para los locales. También allí suelen concentrarse tiendas y vendedores de todo tipo que se llevarán una parte de la derrama económica. Lo mismo es válido para todos los lugares a los que acuden los turistas, además de los beneficios de la concesionaria de la terminal de cruceros, la Autoridad Portuaria Integral y las administraciones a través de los respectivos impuestos.

Ahora bien, hay que señalar que la situación actual supone un círculo vicioso del que es difícil escapar: si no llegan más barcos, una mayor inversión no es rentable, mientras si no hay inversión, no llegarán más barcos. Con la simple promesa que van a llegar más barcos, nadie invierte y esta realidad es constatable en muchos aspectos. Por ejemplo, todos los implicados –guías, conductores, animadores, meseros, etc.- cobran exclusivamente por evento, esto es, por servicio cuando hay barco. Los demás días de la semana deben ocuparse con otros trabajos o sobrevivir sin sueldo. De momento, una mayor inversión por parte de los tour operadores privados no resulta rentable e incluso con el volumen actual apenas hay ganancias puesto que las grandes empresas tienen más costes fijos y las pequeñas no pueden sobrevivir con dos barcos a la semana. En puertos con mayor tráfico de barcos, como en Cozumel, esto no es así, sino que las empresas tienen empleados fijos y continuos con una mayor seguridad laboral. Por lo tanto habría que crear un círculo virtuoso a partir de la combinación de mayores inversiones y una mayor llegada de cruceros.

Entonces, ¿las actividades que giran alrededor de los cruceros son rentables? La respuesta no es sencilla y difiere según los entrevistados. Aunque muchos, tanto individuales como operadores, indican la escasa rentabilidad de la actividad debemos estar seguros que lo es, por la sencilla razón que sino no se llevaría a cabo. Podemos pensar que con el aumento previsto para 2016, con más barcos de mayor tamaño, si es que esta vez se convierte en realidad, los beneficios podrían ser mayores.

4.4. El esperado regreso de Pullmantur

Como ya hemos comentado, lo que más nos sorprendió durante las entrevistas fue la cuasi unanimidad en los temas y respuestas por parte de nuestros interlocutores. Y uno de estos temas es el retorno a Progreso de Pullmantur. Para ello tenemos que dar una breve explicación previa, aunque no sea el fin de este trabajo.
Pullmantur operaba en el puerto hasta el año 2011-2012 con un producto diferente, esto es, enfocado al mercado nacional e iberoamericano utilizando a Progreso como Home Port, con el aliciente que el viaje se podía efectuar sin necesidad de Visado. Se trataba por lo tanto de una posibilidad casi única para muchas personas de poder subirse a un crucero y visitar a otros países. Sin embargo, el barco utilizado fue vendido en 2013, cancelando las 25 salidas previstas, y a pesar de la promesa de seguir operando no ha sido posible hasta este año 2015 cuando se espera su vuelta a Progreso.

Existen notables diferencias en ser un Home Port, puerto de salida, comparado con ser un Port of Call, puerto de escala. En el primero embarcan y desembarcan los pasajeros, lo que aumenta sensiblemente la derrama económica por otras actividades complementarias, como el avituallamiento del barco. Además, los cruceristas suelen pernoctar previamente en los Home Port o sus cercanías a los que llegan en avión u otros medios de comunicación. Todo ello explica la importancia que reviste la vuelta de Pullmantur a Progreso. Empezará en este año 2015 con 15 salidas programadas que llegarán a los 34 en 2016; se trata de un crucero diferente a los que arriban en la actualidad con 7 días de duración y salida en domingo, lo que favorecerá que los turistas se queden el fin de semana en Progreso o Mérida, lo que redundará en una mayor ocupación hotelera y una mayor derrama en restaurantes y otros servicios.

5. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

En esta comunicación no entramos en consideraciones prácticas que llevan a las navieras atracar en el puerto de Progreso, como lo son, esencialmente, la cercanía a los puertos de salida y encontrarse en el camino hacia el mar Caribe. Cuestiones más que fundamentales en estos momentos en los que la duración de los cruceros es cada vez más corta, de 3 a 5 días como media, y que permite ahorrar combustible, siendo gastos que la naviera no puede controlar. Lo que nos interesa es la realidad de Progreso y cómo el puerto y la ciudad puedan aumentar su atractivo por derecho propio, independientemente de los condicionantes mencionados. Desde hace unos años se está intentando atraer más cruceros, pero no solamente se pueden ofrecer buenos tours, sino que faltan más atractivos en el propio puerto y en la ciudad que Progreso, hoy por hoy, no puede ofrecer. Sigue teniendo la imagen de un puerto de carga y de pesca y lugar de veraneo local con resistencia a abrirse a una actividad complementaria.

Hay que mejorar la imagen de la ciudad, sobre todo alrededor del malecón. Las opiniones vertidas sobre las excursiones son excelentes, no así de los que se quedan en Progreso. Habría que introducir una mejora generalizada en muchos aspectos y poner restaurantes de calidad, como ya existe alguno, y cafés que atraen al turista sea este regional, nacional o internacional. El propio malecón, que puede ser considerado el espacio turístico más emblemático de la ciudad, está infrautilizado y la mitad no es frecuentado por parte del turista. Haría falta incentivar la existencia de más actividades en la playa y en el malecón,

como por ejemplo representaciones y música en directo, y habría que cuidar detalles tan sencillos como importantes para el turista, tanto regional, nacional como internacional, como duchas que funcionan y baños públicos accesibles que no obligan a consumir en uno de los establecimientos del malecón.

Para ello, todos deben trabajar conjuntamente, las administraciones públicas local, estatal y federal, la Autoridad Portuaria Integral de Progreso, la concesionaria de la terminal de cruceros, las navieras, los tour opera-dores y los prestatarios de servicios a todas las escalas. Existe el denominado "Comité Local de Cruceros" que podría ser el marco ideal para impulsar las acciones necesarias que no deben limitarse a actuaciones individuales que no encuentran continuidad. Ahora mismo, la API está construyendo un nuevo parador turístico en el enlace del muelle con tierra firme no solamente para los cruceristas, sino para todos los turistas. Sería una excelente oportunidad para mejorar todo el entorno de este punto de encuentro y enlazarlo con el malecón y la calle principal, porque de este modo, también se mejoraría el aspecto de lo que ven de Progreso los que se van de excursión y así fomentar que en otra ocasión se decidan quedarse en el puerto, en vez de seguir de camino.

Uno de los aspectos infrautilizados es el propio muelle del puerto de altura, una impresionante construcción que hace que los cruceristas se desplazan por uno de los muelles más largos del mundo a lo largo de varios kilómetros rodeados por el mar. En nuestra opinión, es una experiencia única que se desaprovecha y no se promociona adecuadamente.

Como hemos comentado, hay una falta de concordancia entre oferta y demanda por lo que se intenta atraer a otro tipo de turista más acorde con lo que ofrece Yucatán. Sin embargo no hay que olvidar las limitaciones que existen para que lleguen cruceristas que no provengan de las mismas áreas que los que arriban en la actualidad. Cualquier distancia mayor a los puertos de salida o la obligación de usar el transporte aéreo por parte del turista para llegar a ellos introduce un notable incremento de precios. Con el regreso de Pullmantur se abre un nuevo horizonte al convertirse Progreso en Home Port, con derramas adicionales para la región.

Lo que debe evitar Progreso a toda costa es compararse e intentar competir con las playas caribeñas, lo que acabaría en fracaso. En este caso le pasa factura no estar en el mar Caribe, sino en el Golfo de México y hay que dejar claro este posicionamiento si no se quiere defraudar al turista. De hecho, muchos de los comentarios negativos versan sobre la supuesta mala calidad de las playas, comparadas con las de Cozumel, y Progreso tampoco puede competir con las actividades acuáticas de Mahahual, por lo que lo debe apostar todo en su atractivo cultural y natural excepcional con una estrategia diferenciada respecto a los puertos caribeños

5.1. Complementariedad de los cruceros

Un aspecto fundamental de la actividad crucerística en Progreso es su complementariedad. Aquí, no existe la competencia con el sector hotelero como podemos tener en Cancún, la Riviera Maya o Cozumel. Las mejoras propuestas en viviendas, malecón y todo lo demás benefician tanto al turista arribado en crucero, a aquel llegado en vehículo propio o

colectivo como al propio habitante. Además, esta complementariedad es subrayado por un hecho fundamental: el turista regional suele acudir a Progreso los fines de semana, además de en Semana Santa y en verano, mientras que los cruceros arriban entre semana. Se trata de una situación muy beneficiosa para todos los implicados al reforzarse mutuamente la actividad turística nacional e internacional. Las mejoras que se pueden introducir son perfectamente compatibles con otras iniciativas que se han puesto en marcha para la mejora de la experiencia turística para visitantes locales y regionales, como las mejoras en la accesibilidad a Progreso y la remodelación de los paradores turísticos del Corchito y de la Ría.

Por otro lado, la pesca está viviendo tiempos muy difíciles en Progreso como en tantos otros lugares a todas las escalas. Las temporadas de veda son cada vez más largas y afectan a cada vez más especies diferentes, lo que suma a muchos pescadores en una situación muy difícil, que la actividad turística podría ayudar a sobrellevar. Las mejoras introducidas, y las que se quieren introducir, mejorarán sensiblemente el atractivo del lugar para todo tipo de turistas pero también beneficiarán a los propios progreseños. Ahora bien, queda mucho por hacer para concientizar a la población y ayudar que reconozca los beneficios que, de momento, no han traído efectos negativos.

Como en anteriores ocasiones tenemos que aclarar que no se trata de sustituir una actividad por otra, no se trata de modificar los hábitos, sino de llenar los momentos difíciles en los que familias enteras dependen de subsidios para su subsistencia. Puede que se critique al turismo y como éste fagocita las demás actividades, pero es cierto que para muchos pescadores y sus familias la única alternativa es el subsidio y la espera que termine la veda. Para nada se quiere promover una monoactividad turística que se ha mostrado negativa en muchos lugares del mundo, algunos muy cercanos en el estado vecino de Quintana Roo, pero sí aprovechar la complementariedad de una actividad que ya se ha establecido en el lugar durante los fines de semana y en vacaciones. Y ampliándola a los días de diario en los que llegan los cruceros.

Apostar por los cruceros no significa quedarse allí, sino que las inversiones también serían beneficiosas para otro tipo de turista, incluidos el regional y local y, sobre todo, para la propia población de Progreso. Se trataría de crear una oferta de calidad basada también en la sostenibilidad, puesto que ya hay paradores con sello de sostenibilidad que contrata a gente local, promociona que los beneficios se queden en la comunidad y vela que los recursos provengan del mismo lugar, entre muchos otros aspectos. La sostenibilidad puede ser entendida también como ventaja competitiva, por lo que habría que aumentar las empresas certificadas con ofertas y productos adaptados. Éstos se pueden aprovechar tanto para cruceristas, como para turistas regionales y se trataría de propiciar un desarrollo costero armonioso más allá de Progreso y hacia otros lugares del litoral yucateco. La cuestión es que todo este desarrollo llegue también a la gente local y que los progreseños noten que la presencia de los cruceros es positiva. De esta manera se podría concientizar a los habitantes lo que, a su vez, derivaría en una mejora en el trato con los cruceristas

BIBLIOGRAFÍA

BABINGER, F. (2010): *Turismo y espacios en riesgo. Estudio de casos en Andalucía (España) y la Península de Yucatán (México),* Universidad Complutense de Madrid, Madrid.

BABINGER, F. (2012): *Turismo y espacios en riesgo. Evidencias en Andalucía y la Península de Yucatán*, AV Akademikerverlag, Saarbrücken.

CARTWRIGHT, R. Y BAIRD, C. (1999): *The Development and Growth of the Cruise Industry*, Butterworth-Heinemann, Oxford.

DICKINSON, B. Y VLADIMIR, A. (1997): *Selling the Sea: An Inside Look at the Cruise Industry*. Wiley, New York.

DOWLING, R.K. (2006): *Cruise ship tourism*, CABI International, Wallingford.

HALL, C.M. (2001): "Trends in ocean and costal tourism: the end of the last frontier?". *Ocean & Coastal Management*, 44, pp. 601-618.

HOBSON, P. (1993): "Analysis of the US Cruise Line Industry". *Tourism Management*, 14, pp. 453-462.

MARTÍNEZ, C.I. (2011): "Organización espacial del turismo de cruceros en México". *Études caribéennes*, 18, abril 2011, http://etudescaribeennes.revues.org/5077.

MARTÍNEZ, C.I. (2012): "Perspectivas del turismo de cruceros en Argentina en el marco de las tendencias mundiales". *Notas en Turismo y Economía*, Año III (IV), pp. 44-71.

OMT (2003): *La actividad de los cruceros turísticos en el mundo*, Organización Mundial del Turismo, Madrid.

OMT (2008): *Turismo de cruceros: situación actual y tendencias*, Organización Mundial del Turismo, Madrid.

OMT (2011): *Cruise Tourism: Current Situation and Trends*, Organización Mundial del Turismo, Madrid.

WOOD, R. (2000): "Caribbean Cruise Tourism, globalization at sea". *Annals of Tourism Research*, 27 (2), pp. 345-370.

WOOD, R. (2004): "Cruise Ships: Deterritorialized Destinations". En: L. Lumsdon y J. Page (Ed.), *Tourism and Transport*, Issues and Agenda for the new Millennium, Elsevier, Oxford, pp. 133-145.

NUEVAS OPORTUNIDADES DE COOPERACIÓN. TURISMO, GLOBALIZACIÓN, CAMBIO CLIMÁTICO Y NUEVAS TECNOLOGÍAS

El turismo de desastres con base en la experiencia de los tsunamis y los huracanes

*Oscar Frausto Martínez**
*Luís Mota***

**Red de desastres y cambio climático del CONACYT - Universidad de Quintana Roo, México.*
***Internationale Berufsakademie der F+U Unternehmensgruppe gGmbH (IBA), Germany.*

RESUMEN

El turismo es una actividad que se desarrolla en una multitud de lugares que son vulnerables a las catástrofes, y con el crecimiento continuo de la población y la tasa de urbanización rápida, más personas se distribuyen en amplias zonas geográficas expuestas a amenazas de diversa índole (terremotos, tsunamis, huracanes, terrorismo, etc.). Cuando la catástrofe se asocia a este tipo de actividad, se define como turismo oscuro, sin embargo conlleva una connotación de confrontación, entre las afectaciones a los destinos (muerte) y los beneficios en torno a la importancia cultural de ceremonias rituales, proyectos educativos de resiliencia y sentimientos de esperanza y globalización de la cooperación. Hoy en día, todavía existe una discusión en torno a la definición de este tipo de turismo, donde la aproximación de diferentes ciencias se hace necesaria. El objetivo de esta aportación se centra en el marco conceptual actual sobre turismo y catástrofe como una línea poco explorada en la investigación turística.

El proceso metodológico de la investigación consistió en una revisión conceptual, en la cual es posible identificar discursos contradictorios y complementarios en el estudio sobre turismo y catástrofe, sin embargo este estudio se aproxima más a los eventos naturales que han provocado catástrofes en destinos turísticos. Como elementos empíricos se parte de un análisis situacional, se estudia, por un lado, la reconstrucción de las localidades a lo largo de Aceh, Indonesia, afectadas por el Tsunami de 2004 y, por otro, las localidades de la Riviera Maya afectadas por los huracanes del 2005 (Emily - Wilma), ambas con más de 10 años de experiencia en la reconstrucción de los destinos afectados por catástrofes. Para ello se realizaron visitas de campo de septiembre a diciembre del 2014 en ambas regiones, desarrollando entrevistas a actores clave y recorridos de campo para reconocer las acciones de reconstrucción, identificando los principales actores públicos locales de apoyo. En la tercera etapa, se analizan los discursos locales en torno al turismo y las catástrofes, reconociendo los discursos en torno al turismo y catástrofe.

Las nuevas líneas de trabajo en la investigación turística van en torno a la planificación de los destinos y las líneas de reconstrucción del turismo. Por lo que, los sitios pos-desastre proporcionan evidencia física de la magnitud de la devastación, la muerte, las acciones de

reconstrucción y la memoria, y sirven de motivo de visita, convirtiéndose en nuevo atributo en el destino turístico. Teniendo en cuenta el proceso de la vida y la muerte, el turismo de catástrofes tiene el poder para educar y preservar los recuerdos de las personas afectadas. Esto se desarrolla durante la fase pos-catástrofe y llega a combinar actividades de ocio con los nuevos atributos relacionados con la explicación del fenómeno natural o humano que generó la catástrofe. Las obras de infraestructura para la reconstrucción y los monumentos memoriales, sitios con un amplio número de visitantes que generan encadenamientos productivos turísticos (p.ej. hospedaje, conocimiento de historias de vida y cultura), siendo un potencial de revitalización o reorganización del sector turístico.

Palabras clave: Aceh y Riviera Maya, desastres, resiliencia, vulnerabilidad

ABSTRACT

Tourism is an activity that takes place in a multitude of places that are sometimes vulnerable to disasters, and with a continued population growth rate and rapid urbanization, more people are spread over wide geographical areas at risk of various disasters (earthquakes, tsunamis, hurricanes, terrorism, etc). When associated to death or disaster, tourism is defined as dark tourism, although, carries a different connotation from confronting the effects on destinations (death) and benefits around the cultural significance of ritual ceremonies, disaster resilience to optimize educational projects and feelings of hope for global cooperation. Today, there is still a discussion about the definition of this type of tourism, requiring scientific consensus. This paper has a clear objective to discuss the current conceptual framework for tourism and disaster as a line not so much explored in tourism research.

The methodology adopted for this research consisted of a conceptual review, in which it is possible to identify contradictory and complementary discourses of studies about tourism and disaster. However, it is given a closer focus to natural events that have caused disasters in tourist destinations. The analysis of the present situation provides empirical data to describe the reconstruction process, first, from Aceh as the region affected by the 2004 Tsunami in Indonesia, and second, random locations in the Riviera Maya affected by 2005 hurricanes (Emily - Wilma), both with over 10 years experience in the reconstruction of the destinations affected by disasters. Fieldwork was conducted in both regions from September to December 2014 by interviewing key players and directing observations on the field to identify reconstruction activities and key players from local and public support. In the third stage, it was analyzed the local discussion about tourism and disasters to support official pedagogy on tourism and catastrophe.

The new lines for tourism research go around the planning of tourism destinations and reconstruction efforts to assist tourism activity. Thus, post-disaster sites provide physical evidences of the magnitude of the devastation including death, reconstruction activities and memorials, and become a reason to visit the affected area with new attributes in the tourism destination. Considering the process of life and death, disaster tourism has the power to educate and preserve the memories of those affected; this takes place during the post-disaster phase and in some circumstances combines leisure activities with new attributes related to the explanation of natural or human phenomenon that caused the catastrophe. The infrastructure developed for recreation and memorial monuments are sites

with a large number of visitors capable to generate productive tourism linkages (e.g. lodging, lessons to learn from life and culture), holding potential to revitalize or reorganize the tourism sector.

Keywords: Aceh and Riviera Maya, disaster resilience, vulnerability

1. EL TURISMO OSCURO Y LA APROXIMACION AL ESTUDIO DE LAS CATÁSTROFES

Los representativos culturales de las catástrofes, muerte o atrocidad, y que se vuelven atractivos para el turismo están reconocidos como parte de los atributos del turismo negro, de dolor o también de tanaturismo (Kang, Scott, & Jeongglyeol, 2012). La expresión que mejor define estos atractivos se lo define como "turismo oscuro" y se refiere al acto de viajar a destinos macabros, asociados a muerte u dolor (Stone, 2006); por lo que se ha asociado al hecho de visitar sitios adonde catástrofes naturales han ocurrido y que de alguna forma afectan la vida presente (Tarlow, 2005). Con respecto al fenómeno del turismo, hay estudios enfocados al impacto de creación y la motivación que los turistas llevan para visitar tales lugares; sin embargo, el aspecto moral conlleva valores y cuestiones sobre hasta qué punto se debería explotarse la "muerte" con un nivel de tolerancia aceptable para el usufructo mercantil (Kang et al., 2012).

El turismo oscuro conlleva una carga negativa que se confronta con aspectos benéficos encontrados para educar a la gente sobre una historia de vida o celebraciones (Biran & Poria), que atraen una multitud de personas al lugar, traduciéndose en provecho económico para los gestores del turismo (Stone, 2012). En el vínculo con el destino, el turismo se beneficia de nuevos atributos que se pueden combinar con otras formas de entretenimiento (Biran, Liu, & Li, 2014), recalificando el destino, o dando alerta de lo que puede pasar de nuevo.

Para Rittichainuwat (2006, 2008, 2011, 2013), quien se ha enfocado en el turismo como una forma de recuperación de zonas afectadas por catástrofes naturales, destaca que estos lugares tienen evidencia física de la muerte y que al mismo tiempo son motivo de visita. El caso de New Orleans es un ejemplo de recuperación pos-catástrofe, que después de haber sido completamente destrozada por el huracán Katrina, en Agosto del 2005, fue a través de la actividad turística que se adapto a la nueva realidad para recuperar la ciudad, logrando niveles de afluencia turística superiores a los de antes. Más aun, las excursiones relacionas con la catástrofe natural son líder en la venta de paquetes turísticos (Robbie, 2008).

La gestión del turismo pos-catástrofe sigue guías de recomendación internacional (p.ej. Ritchie, 2004; WTO, 2005); sin embargo, la actividad sigue también una tendencia para relacionarse con actividades recreativas. Posibles explicaciones para tal comportamiento se basan en factores psicosociales y la habilidad para concebir la imagen de un destino turístico. Es un hecho de que en el mismo sitio hay una demanda por la variedad de paquetes turísticos y motivos diferentes para visitar el área afectada (Biran et al., 2014). Teniendo en cuenta el proceso de la vida y la muerte, hay personas que sienten la fascinación por la muerte (Seaton, 1996) y el uso del turismo oscuro brinda la oportunidad para educar y preservar la memoria de las personas afectadas (Stone, 2012). El motivo por el cual los turistas se sienten atraídos para experimentar dichos sitios (Rittachainuwat,

2008; Biran & Poria, 2012) es dado además por el interés y la curiosidad por disfrutar de sus vacaciones y entretenimiento (Thi Le & Pearce, 2011), dado que la diversión, el prestigio, escape y la relajación son características que indican el atractivo de un destino (Biran et al., 2014). Mas que todo, si hay una indicación de "curiosidad de ver la magnitud del desastre o para conmemorar a las víctimas y ayudar a la recuperación" (Biran et al., 2014, p.12), ésta es una clara evidencia de que los nuevos atributos sirven de motivo para visita turística.

Los visitantes han puesto de manifiesto las intenciones de comportamiento para la compra de productos de ocio tradicionales y se sienten atraídos por los sitios oscuros, la combinación de ambos maximiza su experiencia (McKercher, Okumus, y Okumus, 2008) y los sitios pos-catastrofe tienen el potencial de combinar ambos motivos, pero sobre la base del nuevo atributo - oscuro (Biran et al., 2014).

2. PROSPECTIVA AL ESTUDIO DEL TURISMO Y LAS CATÁSTROFES

Los conceptos de peligro, amenaza, vulnerabilidad, riesgo, catástrofe y desastre son ampliamente manejados en los estudios sobre eventos naturales de rango extraordinario y que se han popularizado en los últimos años debido al creciente interés por este asunto en la opinión pública (Frausto, Ihl & Rojas, 2013; Frausto, 2008). Se trata de términos de significado amplio que a menudo se emplean como sinónimos. Su vinculación con el turismo varía desde la perspectiva del turismo de extremo y de aventura (peligro, riesgo), ecológico (amenaza y vulnerabilidad) y etnológico (cultural- alimentación, religión-, guerra, áreas de criminalidad). Sin embargo, hasta el 2004 (año del Tsunami de Banda Aceh) y 2005 (cuando se suscita el huracán Katrina), las catástrofes no se ven como un elemento central del riesgo entre los viajeros (Lepp &Gibbson, 2003).

Así, a través de la revisión de los casos de Aceh, en Indonesia, y Riviera Maya, en México, se presenta un análisis de la reconstrucción del destino y cómo la catástrofe se ha convertido en uno de los elementos centrales de la actividad turística del destino. El análisis de las actividades se desarrolla a más de 10 años de ocurrido los eventos, por lo que da pié a identificar acciones y metas, con base en una evaluación, recurriendo a datos oficiales obtenido en trabajo de campo (recorridos, visita a autoridades y entrevistas directas) durante el año de 2014.

3. CATÁSTROFES Y TURISMO: EL TSUNAMI EN ACEH Y EL HURACÁN EN LA RIVIERA MAYA

Los fenómenos naturales peligrosos como los tsunamis y los huracanes no implican necesariamente un riesgo o un desastre, son fenómenos naturales que, al impactar a las comunidades, tendrán efectos de desastre o catástrofe, ésta última se distinguirá por la necesidad de apoyo internacional, superando las estrategias nacionales de atención a la emergencia (Frausto, 2008). Los estudios de caso se presentan a continuación.

3.1. El tsunami del Océano Índico de 2004 y la oportunidad para el desarrollo turístico en Banda Aceh

Banda Aceh es la ciudad capital de la provincia de Aceh en Indonesia, que en el 26 de Diciembre de 2004 fue completamente destrozada por un tsunami provocado por un

temblor de tierra de 9,1 grados en la escala de Richter (Nazaruddin & Sulaiman, 2013). El impacto creó una serie de olas gigantes de hasta 30 metros de altura, destruyendo asentamientos humanos por toda la zona litoral de la provincia, extendiéndose hasta 8 km tierra adentro (Dinas Pariwisata, 2005; Lavigne, Paris, & Wassmer, 2006) y es responsable por la muerte de 225,000 personas (Henderson, 2005) en 14 países del sudeste asiático y la África oriental (Manning & Manning, 2005). En Mayo de 2005, la Organización Internacional del Trabajo (ILO en Inglés) y la BAKORNAS, reportaran que sólo en Aceh 128,645 personas han muerto, 532,898 se han desplazado por el desastre, y 37,063 han sido dadas como desaparecidas (ILO, 2005).

Durante el periodo pos-desastre, el movimiento de liberación de Aceh (GAM en Indonesio) y el gobierno de Indonesia, pararon su guerra para facilitar el acceso a las zonas afectadas en auxilio a las víctimas del tsunami. El tratado de Helsinki, firmado a 15 de agosto de 2005, término con 29 años de violencia, abriendo una puerta para la rehabilitación de zonas afectadas y reconstrucción de la provincia. La tabla 1 presenta una lista de programas de apoyo a la economía local, contemplando el desarrollo turístico subvencionado por la agencia nacional para la rehabilitación y reconstrucción de Aceh - BRR NAD–NIAS.

Tabla 1. Iniciativas para el desarrollo del turismo (2005-2008).

Iniciativas para l desarrollo del turismo (2005 – 2008)	Número
Rehabilitación de floresta en zona de costa (Ha)	2,623
Desarrollo del manglar (Ha)	10,186
Trasplante de arrecife de coral	3
Mejora y desarrollo de instalaciones ecoturísticas	7
Revitalización de puntos turísticos y estructuras de apoyo	29
Capacitación en turismo	13
Estudios de desarrollo turístico	10
Desarrollo de negocios y economía de turismo	168
Desarrollo de turismo gastronómico	1
Paquetes de turismo integrado	1

**Fuente: BRR, 2009, pp.81-83.*

Hay programas que se destinaban a la protección natural de la costa, contemplando la recuperación del sistema selva-manglar-arrecife de coral, y éstos permiten también actividades de turismo de naturaleza y el desarrollo de actividades económicas. La estrategia de desarrollo turístico cuenta con la recuperación de patrimonio intangible y la conservación de destrozos provocados por el tsunami, mientras que los programas de capacitación en turismo y organización se incluyen en acciones para el desarrollo de la actividad turística.

3.2. El huracán Wilma de octubre de 2005 y sus implicaciones en el desarrollo turístico de la Riviera Maya

Los registros sobe huracanes en la península de Yucatán ya habían sido expuestos por los Mayas (Conrad, 1985). La región donde se ubica la Riviera Maya es un sitio donde los huracanes son constantes, sin embargo, estos fenómenos han ido en aumento y su intensidad también (Ihl y Frausto, 2013). Conjuntamente, a través de los datos del NOAA, Ihl (2008) ha identificado aquellos huracanes que causaron desastre en las comunidades del

área de estudio, siendo principalmente los huracanes Janet (1955), Gilbert (1985), Isidore (2002) y Wlma (2005).

El huracán Wilma se presentó el 21de octubre de 2005, con categoría IV, vientos sostenidos de hasta 280km/h y una presión barométrica de hasta 882mb, destruyendo la infraestructura hotelera y de servicios en más de 80%, y dejando más de un millón de personas sin hogar en toda la península de Yucatán y más de 300 mil personas sin empleo (Tun, et al. 2008; Palafox y Velázquez, 20008). Una de las características centrales de la Riviera Maya y Cozumel es la dependencia económica total de la actividad turística, por lo que las acciones principales se orientaron al empleo temporal, la reconstrucción de infraestructura (carreteras, muelles, playas, red de drenaje y de agua potable, limpieza de la ciudad, reconstrucción de restaurantes), todos bajo el apoyo del Fondo Nacional de Desastres Naturales (FONDEN), con dos vertientes: Adquisición de suministros y Reconstrucción de infraestructura (POGEQROO, 2006). Así, en la tabla 2, se especifican las acciones de atención a la catástrofe en la Riviera Maya.

Tabla 2: Acciones desarrolladas para la atención a la catástrofe del huracán Wilma en la Riviera Maya

Acciones	FONDO	Montos (en millones pesos mexicanos)
Obras y servicios de rehabilitación	FONATUR	100
Recuperación de Playas	SECTUR	235
Vialidades y Alumbrado público	Municipios	67
Seguridad y servicios	Estado	32
Renovación de 27,500 habitaciones de hotel	FONDEN	No dato
Rehabilitación de viviendas	FONDEN	75
Reposicionamiento el el mercado	SECTUR	35
Empleo temporal	SEDESOL	300

*Fuente: POGEQROO, 2006.

4. DISCUSIÓN.

La planificación de los destinos turísticos afectados por eventos naturales toma su experiencia de gestión como instrumento básico para reactivar la economía. Los sitios devastados por los fenómenos son suplantados por edificios memoriales (museos, centros educativos, monumentos), entorno de los cuales se desarrollan economías de escala orientadas a la remembranza de la catástrofe, y es, según Tarlow (2005) uno de los nuevos activos del destino.

El turismo de catástrofes tiene el poder para educar y preservar los recuerdos de las personas afectadas. Esto se desarrolla durante la fase pos-catástrofe y llega a combinar actividades de ocio con los nuevos atributos relacionados con la explicación del fenómeno natural que generó la catástrofe (ya planteado por Stone), así como los elementos de remembranza de las afectaciones humanas, esto último se ha analizado a profundidad por Rittichainuwat.

El *turista de catástrofes* busca indagar sobre la magnitud que alcanzó el fenómeno, conmemora a las víctimas y ayuda a la recuperación del destino (Brian et al., Robbin). Para nosotros éste es el primer motivo de decisión que toma el viajero al acudir a estos sitios.

5. CONCLUSIONES

El análisis de los estudios de caso permite develar algunas líneas de generación de conocimiento en torno al estudio del turismo de catástrofes, a saber:

- La diferencia del tiempo y el impacto de la catástrofe. Tsunami. Periodos de recurrencia amplios con impactos globales. Huracán. Recurrencia corta e impactos regionales.
- La resiliencia de Aceh y Riviera Maya se logra mediante una política de apoyos internacionales y de alto endeudamiento público
- El turista en busca de aventura y vivencia de estos eventos extraordinarios empieza a especializarse, y la oferta se centra en excursiones temáticas
- El turismo de catástrofes se diferencia ampliamente del turismo oscuro, buscando las evidencias y vivencias de los eventos y sus consecuencias, más que las ceremonias culturales.
- El turismo de catástrofes puede incluirse dentro de la gran categoría del turismo de aventura y extremo, diferenciado por la búsqueda de destinos que han sido impactado a gran escala por fenómenos naturales extremos.

Agradecimientos.

El presente estudio se desprende de la colaboración académica entre los autores a raíz de las experiencias derivadas de las estancias de investigación en Indonesia bajo el auspicio del Programa EXPERTS4Asia y del proyecto “Agua y fenómenos hidrometeorológicos extremos la REDESCLIM de CONACYT.

BIBLIOGRAFÍA

Biran, A., Liu, W., Li, G., & Eichhorn, V. (2014): “Consuming post-disaster destination: The case of Sichuan, China”. *Annals of Tourism Research*, Volumen 47, Julio 2014 1–17.

Biran, A., & Poria, Y. (2012): *Re-conceptualizing dark tourism*. In R. Sharpley & P. R. Stone (Eds.), Contemporary tourist experience: Concepts and consequences (pp. 57–70), Routledge, London, UK.

BRR (2009): *Economy: Turning the Wheel of Life*. Retrieved from http://www.recoveryplatform.org/outfile.php?id=652&href=

Dinas Pariwisata (2005): *Menjelajah jejak gempa dan tsunami: Guide to Aceh*. Dinas Parawisata: Banda Aceh, Indonesia.

Frausto, O. (2008). Línea de investigación sobre turismo y desastres. En: Palafox, A. y Oscar Frausto (Comp.) (2008). Turismo: Desastres naturales, sociedad y medio ambiente. QROO -Plaza y Valdez, México, 15 - 24 pp.

Frausto,O., Ihl, T. & Rojas, J. (2013). Principios para la elaboración de bases de datos georreferenciadas de fenómenos hidrometeorologicos extremos en el sureste de México. En: Frausto, O. (2014). Monitoreo de riesgo y desastre asociado a fenómenos Hidrometeorológicos extremos y cambio climático. UQROO – REDESCLIM – CONACYT. 33 - 41 pp.

Henderson, J. C. (2005). “Responding to natural disasters: managing a hotel in the aftermath of the Indian Ocean tsunami”. *Tourism and Hospitality Research*, Volumen 6, Edición 1, pp. 89-96.

Ihl, T. (2008). Impactos del huracán Wilma en la península de Yucatán. En: Palafox, A. y Oscar Frausto (Comp.) (2008). Turismo: Desastres naturales, sociedad y medio ambiente. QROO -Plaza y Valdez, México, 25 – 33 pp.

Ihl, T. & Frausto, O. 2013. En: Frausto, O. (2014). Monitoreo de riesgo y desastre asociado a fenómenos Hidrometeorológicos extremos y cambio climático. UQROO – REDESCLIM – CONACYT. 92 p.

ILO (2005): *Working out of Disaster. Improving Employment and Livelihood in Countries Affected by the Tsunami.* International Labour Office: Bangkok.

Kang, J., Scott, N. , Jeonglyeol L. T., & Ballantyne, R. (2012): “Benefits of visiting a ‘dark tourism’ site: The case of the Jeju April 3rd Peace Park, Korea”. *Tourism Management,* Volumen 33, Edición 2, Abril 2012, pp. 257-265.

Lavigne, F., Paris, R., Wassmer, P., Gomez, C., Brunstein, D., Grancher, D., Vautier, F., Sartohadi, J., Setiawan, A., Syahnan, Gunawan, T., Fachrizal, Waluyo, B., Mardiatno, D., Widagdo, A., Cahyadi, R., Lespinasse, N., Mahieu, L., (2006): “Learning from a major disaster (Banda Aceh, December 26th, 2004): a methodology to calibrate simulation codes for tsunami inundation models”. *Zeitschrift für Geomorphologie.* Supplementband 146, pp. 253–265.

Lepp, A. & H. Gibbson, (2003). Tourism roles, perceived risk and international tourism. Annals of Tourism Research. Vol 30, Iss 3, July 2003. 603 – 624.

Manning, T., & Manning, M. (2005): *Indicators of Sustainable Re-Development and Risk Management for Tourism in the context of Tsunami Recovery*. World Tourism Organization – Sustainable Development of Tourism, Phuket. Retrieved from http://sdt.unwto.org/sites/all/files/docpdf/thailand_0.pdf

McKercher, B., Okumus, F., & Okumus, B. (2008): “Food tourism as a viable market segment: It’s all how you cook the numbers!”, *Journal of Travel & Tourism Marketing,* Vol. 25, Edit. 2, Juny 2013, pp. 137–148.

Nazaruddin, D., & Sulaiman, R. (2013): “Introduction to “TSUNAMI TOURISM”: Notes from Aceh, Indonesia”. *International Journal of Sciences Research Article*, Vol. 2, pp. 71-81.

Palafox, A. & Velázquez, A. (20008). Impacto económico originado por el huracán Wilma en la isla de el empleo de la isla de Cozumel. En: Palafox, A. y Oscar Frausto (Comp.) (2008). Turismo: Desastres naturales, sociedad y medio ambiente. QROO -Plaza y Valdez, México, 18 - 33 pp.

POGEQROO (2006). Periódico oficial del Gobierno del Estado de Quintana Roo, publicado el 26 de julio de 2006, acceso el 14 de julio de 2015 http://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=2096843&fecha=01/11/2005

Paris, R, Wassmer, P., Sartohadi, J., Lavigne, F., Barthomeuf, B., Desgages, E., Grancher, D., Baumert, P., Vautier, F., Brunstein, D., & Gomez, C. (2009): “Tsunamis as geomorphic crises: Lessons from the December 26, 2004 tsunami in Lhok Nga, West Banda Aceh (Sumatra, Indonesia)”, Geomorphology, Volumen 104, 2009, pp. 59–72.

Ritchie, B. W. (2004): "Chaos, crises and disasters: A strategic approach to crisis management in the tourism industry". *Tourism Management*, Volumen 25, Edición 6, Diciembre 2004, pp. 669–683.

Rittichainuwat, B. N. (2006): "Tsunami recovery: A case study of Thailand's tourism". *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, Volumen 47, Edición 4, Noviembre 2006, pp. 390–404.

Rittichainuwat, B. N. (2008): "Responding to disaster: Thai and Scandinavian tourists' motivation to visit Phuket, Thailand". *Journal of Travel Research*, Volumen 46, Edición 4, Noviembre 2007, pp. 422–432.

Rittichainuwat, B. N. (2011): "Ghosts: A travel barrier to tourism recovery". *Annals of Tourism Research*, Volumen 38, Edición 2, Abril 2011, pp. 437–459.

Rittichainuwat, B. N. (2013): "Tourists' and tourism suppliers' perceptions toward crisis management on tsunami". *Tourism Management*, Volumen 34, Febrero 2013, pp. 112–121.

Seaton, A. V. (1996): "From thanatopsis to thanatourism: Guided by the dark". J*ournal of International Heritage Studies*, Volumen 2, Edición 4, Abril 2007, pp. 234–244.

Stone, P. R. (2006): "A dark tourism spectrum: towards a typology of death and macabre related tourist sites, attractions and exhibitions". Tourism*: An Interdisciplinary International Journal*, Volumen 54, Edición 2, 2006, pp. 145-160.

Stone, P. R. (2012): "Dark tourism and significant other death: Towards a model of mortality mediation". *Annals of Tourism Research*, Volumen 39, Edición 3, pp.1565–1587.

Tarlow, P. E. (2005): *Dark tourism: the appealing 'dark side' of tourism and more*. In M.Novelli (Ed.), Niche tourisme Contemporary issues, trends and cases (pp. 47-58), Butterworth-Heinemann, Oxford, UK.

Thi Le, DT., & Pearce, D. G. (2011): "Segmenting visitors to battlefield sites: International visitors to the former Demilitarized Zone in Vietnam". *Journal of Travel & Tourism Marketing*, Volumen 28, Edición 4, Mayo 2011, pp. 451–463.

Tun, Javier., Oscar Frausto, Teresa Perdigón, Geiser Chale y Claudine Gil. Impacto socioeconómico del huracán Wilma en la ciudad de Playa del Carmen. En: Palafox y Frausto, 2008. Turismo: Desastres naturales, sociedad y medio ambiente. QROO -Plaza y Valdez, México. 109 – 130 pp.

UNWTO (2005): *Tsunami: One Year On - A Summary of the Implementation of the Phuket Action Plan*. World Tourism Organization. Retrieved from http://www.preventionweb.net/files/2202_VL323152.pdf

Voute, C. (2005): "The Indian Ocenan Tsunami Disaster". *Space Research Today*, Volumen 163, Agosto 2005, pp 36–41.

NOMBRE DEL ÁREA TEMÁTICA DEL II COODTUR EN LA QUE SE INSERTA LA PONENCIA / NUEVAS OPORTUNIDADES DE COOPERACIÓN. TURISMO, GLOBALIZACIÓN, CAMBIO CLIMÁTICO Y NUEVAS TECNOLOGÍAS.

E-marketing en el sector hotelero de la ciudad de Guanajuato

Dra. Mónica Isabel Mejía Rocha
M.D.G.T. Mónica Pérez Sánchez
M.D.G.T. Walter Daniel Cisneros Mujica

Universidad de Guanajuato, Guanajuato. México

RESUMEN

Las sociedades actuales se desenvuelven en contextos donde el crecimiento de la producción, la movilidad de las personas, la reserva y pago de servicios utilizan cada vez más de las tecnologías de información y comunicación, así mismo dentro de la actividad turística estas herramientas digitales facilitan la preconcepción y selección del destino futuro del viajero además de la mayoría de los servicios que utilizara durante su viaje. El mundo global presenta un reto para las culturas pues las personas representan un factor decisivo en la planeación y utilización de las tecnologías para el desarrollo y venta de un producto o servicio. Las negociaciones basadas en tecnología han evolucionado de tal manera que han dado lugar al e-bussines, e-comerce, entre otros. El presente trabajo es el resultado de una investigación documental y de campo en donde se expone un diagnóstico sobre la utilización de las tecnologías de información y comunicación en el sector hotelero a del municipio de Guanajuato a fin de dar a conocer y comercializar sus productos y servicios a los turistas. Dentro de los principales resultados se pudo encontrar que la página web es una herramienta ya obligada y utilizada por la mayoría de los establecimientos en la industria turística del municipio, no siempre con información actualizada en cuanto a características y disponibilidad de productos y servicios. Se pudo encontrar también que los orientadores profesionales son cada vez más desplazados por los vendedores virtuales y que en muchas de las veces inciden en el descontento del visitante al confrontar el pronóstico digital del viaje con la realidad del servicio o producto obtenido.

Palabras clave: Hoteles, tic´s, e-marketing, buscadores, páginas web.

ABSTRACT
Modern societies live in contexts where growth in production, the mobility of people, reservation and payment of services increasingly use of information and communication technologies, also in tourism these digital tools help preconception and selection of future destiny of the traveler as well as most of the services used during your trip. Computing and communications facilitate the freedom circulation of capital. The global world presents a

challenge to the cultures as people represent key factors in the planning and use of technologies for the development and sale of a product or service. Negotiations based on technology have evolve so that the e-business and e-commerce, and others. This work is the result of documentary research and field where a diagnosis on the use of information and communication technologies in the hotel industry of the municipality of Guanajuato in order to publicity and markets their products and services. Among the main results, it was found that the website is a longer required and used by the majority of establishments in the tourism industry of the city, but no always with update information regarding the characters and ability of products and services tool. It was also found that professional counsels are increasingly displaced by virtual dealers that many times affect the satisfaction of the visitor to confront the digital forecast trip with the reality of the service or product obtained.

Keywords: Hotels, Tic´s, e-marketing, seekers, websites.

1. INTRODUCCIÓN

En los contextos actuales la globalización de los mercados es cada vez más apoyada por la tecnologías de comunicación e información (Molina, 2007).Cuando en la industria turística el prestador de productos o servicios turísticos incluye en su proceso de marketing herramientas informáticas (TIC´s) como medios de canales de distribución, podrá obtener varias ventajas significativas a su favor y también para el turista (Hijazi 2002 y Rivero, 2006).

El turismo es una actividad importante para la economía en la ciudad de Guanajuato, Guanajuato México. En esta ciudad según el Inventario General de Hospedaje de la SECTUR, al año 2013 contaba con 124 establecimientos de hospedaje del total de 714 a nivel Estado registrado en dicho padrón y con 194 restaurantes registrado en esta entidad, de 1725 en el Estado, esto enlistado en el Inventario General de Restaurantes.

El presente trabajo de carácter descriptivo, identifico los medios a través de los cuales una muestra de turistas que visitaron el destino antes mencionado, supieron de este lugar y los medios que estos utilizaron para la planificación de su estancia. De igual manera se analizó la forma en la que establecimientos de hospedaje y alimentación de esta ciudad ofertan y comercializan sus productos y servicios a través de algunos medios informáticos, conociendo además, la opinión general de usuarios que han sido clientes anteriormente de dichos establecimientos y que la expresan en estos mismos medios.

2. DESARROLLO DEL TRABAJO

2.1 La adecuación de las tecnologías de información y comunicación en el marketing turístico.

En las organizaciones turísticas, la inclusión en sus actures de los resultados de investigación aplicada y la capacidad de estas para absorber el uso de nuevas tecnologías, muestra su capacidad de innovación en el entorno. El turismo día a día, se

convierte en uno de los principales usuarios de la industria informática para muchas de sus transacciones (Álvarez, 1998).

Las empresas actuales saben de la importancia de considerar no sólo los espacios físicos como lugar de compra venta, deben considerar la venta en línea como una herramienta de mercadeo actual. El marketing electrónico se ha promovido al menos desde los siguientes factores (Flavián y Guerra, 2004): el surgimiento y actualización de medios tecnológicos y de comunicación, crisis en el contexto que afectaron el turismo, así como transformaciones imperantes en el marketing tradicional tanto en su fondo como en la forma.

En la actualidad, los buscadores electrónicos se han convertido en herramientas potenciales para la comercialización de productos y servicios en la industria turística, los establecimientos de hospedaje, se apoyan fuertemente en estos canales que permiten contactar de manera directa en la web al futuro turista y al prestador de servicios turísticos, lo anterior es un ejemplo de como las tecnologías de información y comunicación poco a poco han evolucionado las condiciones de los mercados turísticos, promoviendo entre otros experiencias innovadoras en los viajeros (Ruiz y Moliner, 2009) al poder tener mayor oportunidad de pre conocer un destino y sus opciones de hospedaje de manera "directa", así mismo este beneficio se puede presentar para el prestador, pues de igual manera puede predisponer, utilizando bien estas herramientas los requerimientos de sus futuros huéspedes.

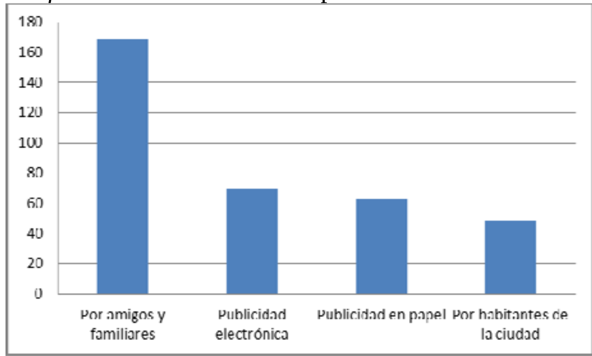
2.2 Métodos, materiales y resultados.

Este trabajo se realizó en tres etapas, la primera fue establecer e indagar sobre los elementos teóricos que permiten conocer sobre los diferentes elementos a observar para abordar el tema de E- Marketing en la industria turística; en la siguiente etapa se realizaron encuestas para determinar el medio de reservación o planificación de viajes de una muestra integrada por 350[1] turistas encuestados en puntos turísticos de la ciudad de Guanajuato, así como su nivel de satisfacción con lo ofertado antes de la compra venta electrónica y el producto recibido; posteriormente se analizó la información sobre oferta turística del municipio de Guanajuato en algunos de los buscadores electrónicos más populares: *Tripadvisor*, *Trivago*, *Despegar.com, Verena.com, Booking.com*, *Zona Turística* y *Price Travel.*

De las 350 personas encuestadas, cuando se les pregunto sobre la forma en la que supieron de la ciudad de Guanajuato, las respuestas fueron: 48% por amigos o familiares, 20% medios electrónicos, 18% medios escritos y el 14% hablando con algún habitante de la ciudad. Lo anterior permitió observar que los medios electrónicos no representan una herramienta importante para reconocer o identificar un destino nuevo (Gráfica 1).

[1] Esta muestra se determinó en base al número de visitantes registrados en el mes de julio en el año pasado en la ciudad. 87,000 turistas, tomando esta cantidad como población se tomó como muestra a 350 turistas de los 278 requeridos para poder tener una muestra representativa ay que se considerada un margen de error del 5% y un nivel de confianza del 95%.

Gráfica 1. Medios del turista para saber de este destino turístico



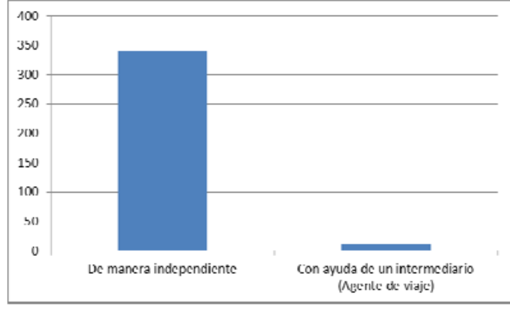
Fuente: Elaboración propia

Como se puede observar la publicidad de boca en boca es la que más benefició la llegada de los turistas encuestados y los medios electrónicos a través de la cual se pude promocionar el destino, ocupo la posición número dos, teniendo un comportamiento muy similar al de la publicidad del destino en papel, es decir folletos, trípticos, flayers, etc.

Cuando se pregunto acerca del tiempo de antelación con el cual ellos decidieron realizar su viaje, las respuestas indicaron que el 64% lo hizo un mes antes de su llegada, aproximadamente, el 20% con dos meses de antelación y el 17% restante de la muestra indico haberlo decidido con tres meses o más de anticipación a su llegada.

Al cuestionar acerca de la forma o medio a través del cual organizaron su viaje, es decir su reservación de hospedaje, 97% afirmo hacerlo de manera independiente utilizando herramientas electrónicas tales como buscadores o sitios web especializados en viajes, solo el 3% admitió haber utilizado el servicio de algún agente de viajes para la planificación de su estancia. Lo anterior permite reconocer que los agentes de viaje son cada vez más desplazados por los medios electrónicos (Gráfica 2).

Gráfica 2. Medios utilizados para la planificación de su viaje.

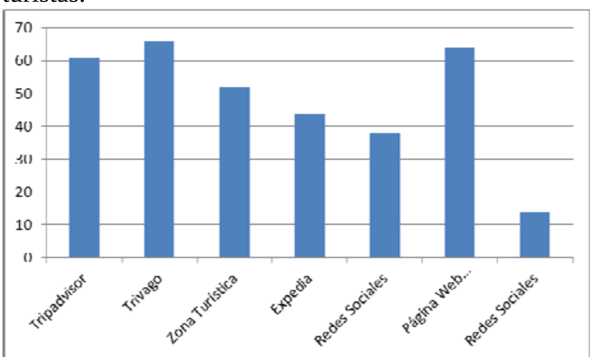


Fuente: Elaboración propia.

De la gráfica anterior se pudo observar la manera tan significativa en la que las tecnologías de comunicación e información representaron un elemento importante en la planificación de viaje de los turistas encuestados dejando de un lado casi en su totalidad, la asesoría o acompañamiento para la toma de decisiones de los agentes de viajes.

Dentro de los medios electrónicos más recurrentes para la planificación de su estancia en caso de haberla realizado de manera independiente, los más mencionados por la muestra fueron: *Tripadvisor* (18%), *Trivago* (19.5%), *Zona Turística* (15%), *Expedia* (13%), *Redes Sociales* (11.2%), *Página Web* de los establecimientos turísticos (19.17%) y otras herramientas electrónicas (4.13%) (Gráfica 3).

Gráfica 3. Herramientas de tecnológicas para planificación y reservaciones de viaje utilizados por los turistas.

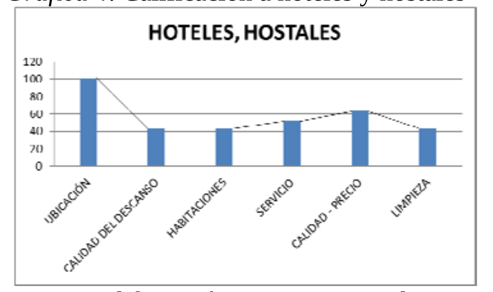


Fuente: Elaboración propia.

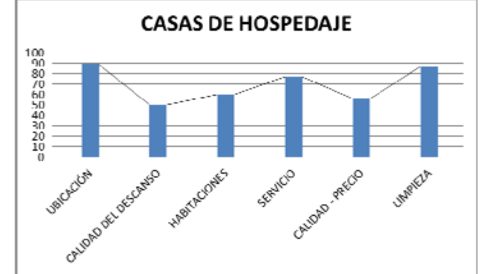
De lo anterior se pudo observar que los buscadores y las páginas web de los establecimientos de hospedaje son los elementos más utilizados para la planificación y reservación de servicios de hospedaje por parte de los turistas.

Este buscador electrónico *Tripadvisor* además de las ofertas de hospedaje que ofrece de la ciudad, muestra de los comentarios de los clientes y las calificaciones que estos otorgan a los establecimientos de hospedaje que utilizaron con anterioridad de esta misma oferta, considerando en dicha evaluación, su ubicación, calidad del descanso, habitación, servicio, calidad, precio y limpieza (Gráfica 4 y 5), en donde se pudo observar que según lo dicho por el portal, actualmente las casas de hospedaje y que no todas son registradas de manera oficial ante el padrón de SECTUR, se encuentran mejor evaluadas que los establecimientos de hospedaje establecidos de manera regular.

Gráfica 4. Calificación a hoteles y hostales



Gráfica 5. Calificación a Casas de hospedaje



Fuente: Elaboración propia a partir de *Tripadvisor.*

Este mismo portal, muestra a los interesados, 163 opciones de restaurantes, en donde se pudo observar que al menos el 70% de estos posee una página web a disposición de los clientes en donde se muestran imágenes de platillos, menús y en algunos casos de comensales disfrutando de sus servicios; una cantidad menor, el 60% posee un correo electrónico en donde los clientes pueden tener comunicación directa con el establecimiento.

De los buscadores analizados, se pudo observar que entre estos mismos existen elementos propios a fin de atraer a los usuarios a estas plataformas, además de las opciones de establecimiento que ofrece, algunas de estas estrategias se muestran en la siguiente tabla (1):

Tabla 1: Oferta y Estrategias de atracción a usuarios

BUSCADOR	OPCIONES AL TURISTA	ESTRATEGÍA
Booking.com	66 establecimientos del hospedaje	El filtro principal de ubicación de opciones es por rango de tarifas disponibles de estos establecimientos.
Despegar.com	41 establecimientos de hospedaje	Los clientes pueden pagar el total de su futura estancia en un plazo de hasta 18 meses sin intereses.
Expedia	47 establecimientos de hospedaje	Ofrece el mejor precio garantizado y no hace cargos por cancelación.
Price Travel	22 establecimientos del hospedaje	De acuerdo a los requisitos especiales del turista es como este buscador muestra las opciones a los futuros visitantes.
Tripadvisor	182 opciones de hospedaje y 163 opciones de establecimientos de hospedaje.	Muestra dinamismo en su espacio al contar con 6,301 opiniones de usuarios en establecimientos de hospedaje que en el sitio se ofertan, esto, en el mes de julio 2015.
Trivago	136 establecimientos de hospedaje	Muestra al interesado las opciones de hospedaje por categoría y tarifa considerando un rango bastante amplio entre la tarifa más baja y la más alta.
Verene.com	44 establecimientos de hospedaje	Este buscador ofrece a los clientes la opción de hacer cancelación gratuita de reservaciones y ofertar promociones especiales a los interesados.
Zona turística	95 establecimientos del hospedaje	Muestra opciones de hospedaje según los criterios de tarifa, categoría asignada al establecimiento y servicios que ofrece al visitante dentro de sus instalaciones.

Fuente: Elaboración propia a partir de buscadores analizados.

Dentro de los buscadores electrónicos analizados se pudo observar que la oferta de establecimientos puede ser variada de un establecimiento a otro. (Gráfica 6).

Grafica 6: Oferta de hospedaje por *buscador*

Fuente: elaboración propia.

En la gráfica anterior se puede observar que los buscadores de mayor representación tienen en la plaza turística de la ciudad de Guanajuato son Tripadvisor, Trivago y Zona Turística, y muchos de estos sobrepasan la oferta registrada en el Inventario General de Hospedaje de SECTUR[2] (2013) que afirma tener adscritos a 124 establecimientos en esta ciudad.

3. CONCLUSIONES

Los resultados de la muestra de turistas analizados permitió reconocer el potencial de las tecnologías de información y comunicación dentro de acciones propias para el desarrollo del turismo, es decir acciones tales como la selección de un destino así como la planificación y reservación de servicios de hospedaje son cada vez más utilizados por el turista reemplazando los buscadores electrónicos a los intermediarios físicos o mejor conocidos como agentes de viajes.

Se pudo conocer también que varias empresas turísticas de hospedaje, de las registradas en el listado oficial, diseñan y promueven la comercialización de sus productos y servicios a través de portales electrónicos, redes sociales, además de su inclusión cada vez mayor a los intermediarios electrónicos, es decir buscadores.

El trabajo permitió conocer que la oferta de hospedaje que se dispone en los buscadores electrónicos varia de uno a otro, siendo *Tripadvisor* el que mayor número de establecimientos promueve mientras que *Price Travel* el que menos establecimientos de hospedaje en Guanajuato publicita, lo anterior considerando lo analizado en los ocho buscadores que se estudiaron. Así mismo, se pudo identificar que estos buscadores utilizan formas distintas de abordaje o estrategias de mercadeo de los mismos establecimientos turísticos.
Se puede decir también, que el *e-marketing* como tal, es importante en la comercialización de la industria del hospedaje en el destino turístico analizado.

BIBLIOGRAFÍA

HIZAJI, O. (2002): “E-marketing, una inversión con retorno”, *Deusto, marketing y ventas,* 50, 6 – 11.

LUQUE, T. y CASTAÑEDA, J. (2007): “Internet y el valor del negocio”. *Mediterráneo Económico,* 11, 397 – 415.

MOLINA, V. (2007): “Ocio y turismo en la era de la Globalización”, *Marketing Trends Congress*.

POLO, D. (2009): “La filosofía 2.0 y la explosión audiovisual en internet. *Razón y Palabra,* 7, 87 – 96.

RUIZ, M. y MOLINER, V. (2009) : “El uso de las Tecnologías de Información y Comunicación como elemento diferenciador en Hoteles”, Gest. Tur, Volumen 7, 2007, pp. 81 - 90.

[2] Secretaria de Turismo del Estado de Guanajuato: http://www.observatorioturistico.org/cenDoc/41981-216Inventario-de-Hospedaje-EDO.pdf

SECTUR (2015). *« Inventario Turístico del Estado de Guanajuato »*, Observatorio Turístico del Estado de Guanajuato.

NUEVAS OPORTUNIDADES DE COOPERACIÓN. TURISMO, GLOBALIZACIÓN, CAMBIO CLIMÁTICO Y NUEVAS TECNOLOGÍAS.

Oportunidades de cooperación México-España: Fortalecimiento institucional y formación de recursos humanos en turismo, patrimonio y sustentabilidad en la Península de Yucatán.

*Dra. Julia Fraga**
*M. Leila Khafash**
*Dr. Agustín Santana Talavera***
*Juan Córdoba Ordoñez ****

**Departamento de Ecología Humana, Centro de Investigación y de Estudios Avanzados del Instituto Politécnico Nacional, Mérida. México*
***Instituto Universitario de Ciencias Políticas y Sociales, Universidad de La Laguna, Tenerife, Islas Canarias. España*
****Departamento de Análisis Geográfico Regional y Geografía Física, Universidad Complutense de Madrid. España*

RESUMEN

La ponencia tiene el objetivo principal de reflexionar sobre la importancia de la cooperación regional e internacional donde estuvieron involucrados equipos y grupos de trabajo e investigación de México y España. El proyecto fue sometido a la convocatoria de financiamiento del CONACyT en el marco del esfuerzo científico de instituciones del SIIDETEY (Sistema de Investigación, Innovación y Desarrollo Tecnológico del Estado de Yucatán). Este proyecto se propuso el trabajo en red de instituciones nacionales e internacionales que decidieron unirse para la gestión del conocimiento en torno a un tema transversal como es el turismo, el patrimonio y la sustentabilidad utilizando herramientas de la web 2.0, así como otros productos innovadores. De esta manera, el proyecto impulso la relación I+D+i (investigación +desarrollo+innovación), ya que los principales proyectos obtenidos permitirán orientar la investigación y las políticas públicas en torno a la creciente actividad del turismo, así como los impactos ambientales que produce.

El proyecto utilizó un amplio abanico de métodos y técnicas mixtas ante la variedad de disciplinas que intervinieron a través de los miembros. Los principales resultados fueron los entregables del proyecto: Un Atlas de Turismo Alternativo, tres videos documentales, cinco tesis de licenciatura, cuatro de maestría y dos de doctorado, ocho artículos publicados, tres convenios institucionales, una plataforma web, fortalecimiento cultural municipal en dos comunidades de Yucatán y un libro sobre “turismo y ocio: Reflexiones sobre el Caribe Mexicano” publicado por la Revista PASOS en julio de 2015, producto que reunió la experiencia en formación de recursos humanos entre universidades de España y México.

Palabras clave: 1.- Turismo 2.- Cooperación 3.- redes 4.- Recursos 5.-Desarrollo

ABSTRACT

The paper has the main objective of reflecting on the importance of regional and international cooperation involved teams and working groups and research in Mexico and Spain. The project was submitted to the call for funding of the CONACyT within the framework of the scientific efforts of institutions from the SIIDETEY (System of Research, Innovation and Technological Development of the State of Yucatán). This project was proposed networking of national and international institutions decided to join to the management of the knowledge around a cross-cutting theme such as tourism, heritage and sustainability using web 2.0 tools, as well as other innovative products. In this way, the project impulse the relationship R+ D+I (Research + Development+Innovacion), since major projects obtained will allow guiding the research and public policy around the increasing activity of tourism, as well as the environmental impacts.

The project used a wide range of mixed methods due to a range variety of disciplines involved through the members. The main results were the deliverables of the project: an Atlas of alternative tourism, three documentaries, five Bachelor's thesis, four masters and two doctorate, eight published articles, three institutional arrangements, a web platform, municipal cultural strengthening in two communities of Yucatan and a book on "tourism and leisure: reflections on the Mexican Caribbean" published by PASOS Edita in July 2015. These products highlight the experience of human resources among universities in Spain and Mexico.

Keywords: 1.-Tourism 2.-Cooperation 3.-Network 4.-Resources 5.-Development

1. LOS ANTECEDENTES DE UN TRABAJO COLECTIVO

La presente ponencia constituye una reflexión sobre el camino recorrido en los últimos cuatro años en el marco de un proyecto red financiada por los Fondos Mixtos del Gobierno del Estado de Yucatán y el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología de México. El proyecto denominado “Creación de una plataforma multidisciplinaria en red para el fortalecimiento institucional y la formación de recursos humanos en turismo, patrimonio y sustentabilidad en Yucatán” (proyecto número 169974) fue ejecutado entre mayo del 2012 a Agosto de 2015. Los cuestionamientos del proyecto fueron las siguientes ¿Qué estamos haciendo las instituciones académicas líderes en Yucatán sobre el tema del turismo? ¿Podemos ser capaces de trabajar en plataforma red para perseguir objetivos y metas que enriquezcan el conocimiento sobre el tema del turismo, patrimonio y sustentabilidad? ¿Cómo puede este proyecto convertirse en una plataforma institucionaliza en Red que reoriente mediante la reflexión colectiva e integral la investigación y la formación de recursos humanos sobre ejes temáticos emergentes en Yucatán y la región peninsular? Después de tres años y medio de ejecución la presente comunicación tiene el objetivo principal de reflexionar sobre la importancia de la cooperación regional e internacional donde estuvieron involucrados equipos y grupos de trabajo e investigación de México y España. Cuatro son los objetivos específicos. El primero ¿Cómo se fue desarrollando los enlaces institucionales y los agentes que intervinieron para respaldar como usuarios al proyecto, y bajo que lógica de compromisos e intereses comunes (estructuras)? Segundo ¿Cuáles fueron los canales de comunicación e intervención (procesos) para cumplir con los productos entregables del proyecto? Tercero ¿Cuáles fueron las bisagras que permitieron

lograr los productos entregables (resultados concretos), y por último ¿Cuáles fueron algunas lecciones aprendidas en términos de fortalezas, oportunidades, amenazas y debilidades que nos deja este proyecto red?

2. EL PROYECTO RED: UNA APUESTA MÁS EN EL CAMINO ACADÉMICO

Este proyecto de plataforma multidisciplinaria de trabajo en red inició en el marco de un financiamiento semilla de la Red de Medio Ambiente y Sustentabilidad del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología de México (ReMAS-CONACyT) en noviembre del 2010. Uno de los objetivos centrales de la propuesta fue realizar un Primer Foro sobre Turismo y Sustentabilidad en la Península de Yucatán del 17 al 19 de enero del 2011 donde participaron 25 ponentes provenientes de los tres estados de la península con diferentes perfiles profesionales y sectores (académicos, organizaciones de la sociedad civil, gobierno y empresa privada). Al término de este proyecto el principal producto entregable fue un documento de proyecto que permitiera plantear objetivos de trabajo en red con el tema del turismo.

El proyecto cuyo título enuncia esta comunicación fue sometido a la convocatoria de financiamiento del CONACyT el 23 de octubre de los presentes, y en el marco del esfuerzo científico de dos instituciones del SIIDETEY (Sistema de Investigación, Innovación y Desarrollo Tecnológico del Estado de Yucatán): el Cinvestav-Mérida y la Facultad de Ciencias Antropológicas de la Universidad Autónoma de Yucatán. Este proyecto propone el trabajo en red de estas dos instituciones más aquellas redes nacionales e internacionales que puedan unirse para la gestión del conocimiento en torno a un tema transversal como es el turismo y la sustentabilidad utilizando herramientas de la web 2.0, así como otros productos innovadores. El momento coyuntural de la apertura de una licenciatura en turismo en la Facultad de Ciencias Antropológicas (UADY) en septiembre de 2011 después de tres años de gestión dentro de una de las primeras universidades de Yucatán y el sureste de México con 90 años de formación de recursos humanos en Ciencia y Tecnología, marca un hito en la historia de la misma institución, ya que, varias universidades privadas y públicas ofrecen desde hace varios años la carrera de turismo (con una orientación más técnica que científica). En este sentido, estaremos impulsando la relación I+D+i (investigación +desarrollo+innovación), ya que estos productos de la red permitirán orientar la investigación y las políticas públicas en torno a la creciente actividad del turismo, así como los impactos ambientales que produce.

El tema del turismo es tan importante y fundamental como el de urbanismo, pesca, medio ambiente, transporte, biodiversidad, cambio climático entre otros, sin embargo, el tema es transversal en tanto que atraviesa todos los sectores productivos y de servicios, entre ellos el educativo. Vincular investigación y formación no es nada nuevo, áreas del conocimiento como nutrición, ingeniería, antropología, psicología, han puesto sus mejores cuadros científicos y subdisciplinas en el riguroso ejercicio de la experimentación y de la teoría.

Tampoco es nuevo el tema del turismo en México porque lleva tres décadas el nacimiento de CESTUR (Centro de Estudios Turísticos, a partir del 2013 en Centro de Competitividad Turística), la Escuela Superior de Turismo del Instituto Politécnico Nacional. El ejercicio reciente que ha logrado SECTUR (Secretaría de Turismo) con CONACYT (Consejo

Nacional de Ciencia y Tecnología) con temas de turismo y estudios multidisciplinarios y el Sistema de Investigación Turística Académica donde prestigiosas universidades e institutos como ECOSUR (Colegio de la Frontera Sur), Universidad de Guadalajara, Escuela Superior de Turismo del Instituto Politécnico Nacional, Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), Universidad Autónoma Metropolitana (UAM), La Salle Cancun, Universidad de Quintana Roo (UQROO), Universidad del Caribe (UNICARIBE), entre las principales, figuran con proyectos de investigación y difusión de las experiencias en el tema del turismo. Todo esto en menos de una década, al igual que la presencia de Redes en turismo como la creada en el seno de SECTUR: Red de Investigadores y Centros de Investigación en Turismo.

Lo que resulta nuevo en este proyecto es el espacio estatal y regional como laboratorio científico en temas de turismo y patrimonio que están sembrando la semilla de una plataforma básica que reúna lo disperso de manera presencial y virtual en un nuevo marco de economía y sociedad del conocimiento, es decir alineando células de trabajo con profesores-investigadores y sus respectivos cuadros en formación, provenientes de diferentes universidades. Como espacio regional esta plataforma de trabajo pretende rebasar la idea de un sur olvidado por el centro a pesar de atraer a miles de mexicanos a los estados de Quintana Roo, Yucatán y Campeche en búsqueda de empleo en el sector turístico. A corto y mediano plazo pretender ser una plataforma institucional que una esfuerzos con otras redes como la Red Turismo con sede en Cancún con la Red Nacional de Investigadores en Turismo y con CESTUR que han realizado ya más de ocho congresos nacionales y más de dos internacionales en el centro y occidente del país y cuya producción de conocimiento es necesaria descentralizar incluyendo la información hacia el sector educativo que no tiene acceso a plataformas educacionales multimedia como algunas de las universidades que ofertan licenciaturas en turismo con escasa tecnología de la información y comunicación.

3. OBJETIVOS Y METAS DE LA PLATAFORMA DE TRABAJO EN RED SOBRE EL TEMA DEL TURISMO

El objetivo general fue crear y fortalecer una plataforma de trabajo multidisciplinaria en red que vinculara a instituciones científicas líderes en la región peninsular y en España con sus respectivos grupos de trabajo sobre el tema de turismo, patrimonio y sustentabilidad, así como aquellas instituciones, comunidades, personas y/o empresas que desearan incorporarse a la plataforma.

Entre los objetivos específicos se encontraron el diseñar y mantener un sitio Web que fuera el espacio o plataforma de vinculación de los miembros de la Red para el diálogo, interacciones y difusión de sus actividades científicas y productos académicos incluyendo la formación de recursos humanos. Elaborar un documento que permitiera conocer a las instituciones, las líneas de investigación, los cuerpos académicos, así como los diversos proyectos turísticos existentes en el Estado de Yucatán. Conocer e identificar instituciones, personas, y empresas relacionadas con el sistema turístico (relaciones, servicios e infraestructura), así como ubicar los sitios, inversiones y proyectos mediante un Atlas de Turismo Alternativo en la Península de Yucatán. Reunir académicos, comunidades, empresas, organizaciones de la sociedad civil con el fin de discutir científicamente los problemas e impactos del turismo, así como, vincular los esfuerzos que hacen los sectores de

investigación y docencia que forman parte del sistema turístico. Difundir la experiencia de la red en el contexto peninsular, y el país para abonar el camino de la integración regional y la solución de problemas comunes sobre el tema propuesto teniendo en cuenta los objetivos y estrategias vertidas en el Programa Nacional de Turismo 2007-2012 mediante la publicación de un libro. Integrar intereses científicos sobre el tema para hacer viable la red una vez terminado el financiamiento de esta propuesta de 36 meses (42 meses por seis meses de prorroga).

4. EL CONTEXTO REGIONAL DEL PROYECTO RED

En el año de 2010, curiosamente en México se apuntaba la desaparición de la Secretaría de Turismo (SECTUR) y el traslado de las actividades de este importante sector a la Secretaría de Economía, el sector turismo recibió de la Cámara de Diputados un aumento del 5.8 % de partida presupuestal para el 2011, por lo que su gasto pasaría de $3,935 millones de pesos a $4,165 millones, esto con el fin de instrumentar 17 programas considerados como prioritarios para reactivar el turismo por SECTUR (Giros, 2010). El Fondo Nacional de Fomento Turístico (FONATUR) aumentó su presupuesto de enero a agosto de 2010 para crear más infraestructura turística en los Centros Integralmente Planeados (Castro, 2007; Giros, 2010).

La Península de Yucatán con Cancún y Riviera Maya a la cabeza son altamente prioritarios para los planes de desarrollo regional en turismo como enclaves de nuestro país al aportar el 33% de la divisas que genera México por concepto de turismo (Giros, 2010). El estado de Yucatán está fuertemente vinculado con los procesos turísticos que suceden en su vecino estado de Quintana Roo, ya que los circuitos turísticos llegan desde Cancún hasta Chichén Itzá, y en menor medida hasta Uxmal en el estado de Yucatán. Los tour operadores desde Playa del Carmen están volcando sus miradas a otras zonas arqueológicas entre ellas, Ek Balam en Yucatán, por lo que la influencia de la Riviera Maya va más allá de los tres estados de la Península de Yucatán. La “Riverización” de la costa de Yucatán (Fraga, 2011) es un proceso de expansión turística del centro-norte de Quintana Roo hacia el Golfo de México, y consiste en la expansión de capital inmobiliario para la compra-venta de terrenos, casas, y otros productos turísticos en expansión (desarrollos de villas, condominios, campos de golf). El turismo en la costa de Yucatán está expandiéndose con la oferta de segundas residencias, sobre todo de canadienses que han incrementado el flujo de personas en los últimos años. El turismo de convenciones es una de las apuestas del Gobierno del Estado de Yucatán a través de la Secretaría de Fomento Turístico para atraer divisas y fomentar los empleos en una capital en constante crecimiento urbano como lo es Mérida.

La apuesta al turismo como actividad económica, está generando por el lado de la oferta educativa una expansión de programas educativos a nivel técnico y superior (licenciaturas en turismo, diplomados, carreras técnicas en gastronomía y hotelería). Existen en Yucatán varias universidades privadas y públicas que están ofertando estas carreras cuyos egresados terminan emigrando a la Riviera Maya, principalmente a Cancún y Playa del Carmen. ¿Qué pasa con la relación turismo-patrimonio-sustentabilidad en Yucatán? ¿Cuál ha sido el “efecto dominó” de la expansión del turismo peninsular en la educación y formación para el desarrollo integral del sector? Tenemos varias realidades:

1. El incremento de licenciaturas en turismo de universidades públicas y privadas ofertadas en ciudades de los sistemas urbanos principales (Mérida, Cancún, Chetumal, y Campeche, más recientemente Valladolid en Yucatán, José María Morelos en Quintana Roo) donde viven cientos de emigrantes buscando empleo en el turismo y jóvenes emigrantes que van en busca de una plataforma educacional en el turismo y el ecoturismo.

2. Formación técnica más que social e integral en gestión empresarial y gestión turística cuyo capital humano está orientado a la industria turística de Cancún y Cozumel desde los años de 1980 a 2000, y después Playa del Carmen como la capital de la Riviera Maya en los últimos cinco años. Chetumal parece ser el nuevo espacio por conquistar en las próximas décadas por centros educativos, así como emigrantes en búsqueda de empleo o plataforma educativa profesional.

3. Existe una tendencia al desplazamiento de cuadros técnicos formados en universidades de la península de Yucatán por otros formados en universidades extranjeras dado el predominio de capital foráneo manejado en la industria del turismo y con claros argumentos de escasa capacitación para los diferentes segmentos del turismo.

4. Ante una fuerte demanda de empleos estacionales en la industria del turismo, una fuerte movilidad de empleados rezagados en las periferias de las ciudades turísticas escasamente atendidas por los gobiernos y la industria turística cuyos costos educativos son absorbidos por las familias. Este rezago minimiza la emprendeduría y los negocios familiares en zonas donde los empleados se han desplazado y son considerados como destinos nativos, para un nuevo segmento de turistas: el cultural, naturaleza y aventura. Destinos nativizados como señala Jafar y colaboradores (2000) han sido colonizados por foráneos ante los ojos de los locales, convirtiéndose estos últimos en eternos empleados mal pagados y con nulas posibilidades de prestaciones sociales.

5. Ausencia de programas de doctorado en universidades consolidadas en Mérida, Cancún y Campeche (excepto la Universidad de Quintana Roo con un programa en Geografía), y que ofrezcan líneas de generación de conocimiento en turismo, medio ambiente y desarrollo. Los jóvenes que desean estudiar un doctorado viajan hasta la ciudad de México buscando profesores con espacios que los alberguen en sus líneas de generación de conocimiento y cuyos directores de tesis son profesionales formados en líneas disciplinarias y no multidisciplinarias.

6. El patrimonio cultural y natural del estado y de la península no está considerado de manera integral en la expansión del desarrollo económico y social que genera la industria turística, por lo que sufre graves daños al abrirse de manera violenta a la urbanización de regiones en las que se han preservado durante siglos recursos naturales, sitios arqueológicos y conocimientos tradicionales mayas.

7. Aunque existe un gran acervo de investigaciones hechas sobre el patrimonio cultural y natural peninsular, estas no se conocen a nivel estatal, ni entre las universidades, académicos, empresarios y autoridades relacionadas con el crecimiento de la industria turística, por lo que al desconocerse en toda su dimensión el patrimonio con el que contamos no considera su potencial y su aprovechamiento a mediano y largo plazo.

Lo anteriormente expuesto es visible como cambio social y cultural en el que han estado inmersas las entidades de Yucatán, Campeche y Quintana Roo en los últimos años, y ha transformado a la sociedad de nuestra región que hoy se caracteriza por un fuerte dinamismo que busca que el conocimiento y la información sean el motor del desarrollo económico y social. La educación se encuentra hoy en el centro de los desafíos y de las oportunidades en las sociedades del siglo XXI conocido como el siglo del conocimiento y

su nueva economía. Gracias a los esfuerzos de los ciudadanos y al continuo impulso de los gobiernos estatal y federal, el acceso a la educación se ha generalizado, convirtiéndose en un derecho fundamental y efectivo pero en los siguientes peldaños nos falta mucho por hacer, de allí la necesidad de trabajar en plataforma multidisciplinaria en Red como el proyecto recién aprobado por el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología de México con Gobierno del Estado de Yucatán para el período 2012-2014. La educación, que une el pasado y el futuro de los individuos y las sociedades, está siempre influida por las legítimas expectativas de los individuos y por las exigencias razonables de la vida en común. Pero nunca como hoy ha sido tan necesaria la convergencia entre esas dimensiones esenciales de la educación; nunca ha sido tan evidente que es necesario buscar calidad y equidad, realización individual y bienestar social, desarrollo económico y mejora de las condiciones de vida de las mayorías, es decir que no sean elementos contrapuestos sino objetivos ineludibles, a la vez que complementarios, del avance de nuestra sociedad.

La educación es parte de la ecuación polinominal “Datos + Información + Comunicación + Educación + Cultura”, que representa las interacciones entre cinco sistemas operativos sociales, cada uno de los cuales cuenta con un sub-sistema científico y tecnológico. En un análisis cruzado de dicha ecuación con la fórmula “I+D+i”, resulta una matriz que muestra que el Sistema Educativo está llamado aportar eminentes contribuciones a la estrategia para la creación de una plataforma de trabajo en red con el fin de utilizar, adaptar y producir apropiados conocimientos científicos y tecnológicos; formular y ejecutar planes, programas y proyectos con metas o insumos científicos y tecnológicos, e implementar y evaluar la diseminación de innovaciones científicas y tecnológicas orientadas hacia el desarrollo donde el turismo en todas sus modalidades juega una pieza transversal fundamental. Los planes de desarrollo nacional (2007-2012), Programa Nacional de Turismo 2007-2012, y los Programas del Estado de Yucatán (2001-2007 y 2007-2012) sientan las directrices y son el soporte de nuestras argumentaciones para fomentar el trabajo multidisciplinario en el tema del turismo, patrimonio y sustentabilidad en la Península de Yucatán.

5. RESULTADOS GENERALES: ESTRUCTURAS Y PROCESOS DEL PROYECTO RED

Una de las aportaciones de la plataforma multidisciplinaria en Red será el que los jóvenes del estado de Yucatán tengan acceso a la generación de conocimiento sobre el tema con amplios criterios para unirse a la investigación multidisciplinaria, sobre todo la primera generación de la Licenciatura en Turismo de la FCA-UADY, y no convertirse en simples productos turísticos para un mercado que demanda turismo cultural en nuestra región ante la activación de una marca territorial “Mundo Maya. El proyecto esperaba que de esta plataforma de trabajo en Red surgieran programas de investigación regional sobre el tema, y algunos planteamientos fundamentales fuera el concepto de “investigar formando y formar investigando”.

Yucatán no podrá entenderse con el tema del turismo sino entendíamos por lo menos el subsistema urbano regional con el estado de Quintana Roo y el efecto Cancún y Riviera Maya, y por ende con el sistema peninsular sobre todo en los procesos migratorios compulsivos y perpetuos.

Esta es la mayor justificación para haber producido un Atlas de turismo regional en el proyecto, y un libro que permitiera reflexionar a un conjunto de expertos sobre este tema, incluyendo a representantes de instituciones como la Comisión de Derechos Indígenas (CDI), la Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas (CONANP), la Secretaría de Desarrollo Urbano y Medio Ambiente (SEDUMA), Fomento Turístico y Fomento Económico del Gobierno del Estado, y las Organizaciones de la Sociedad Civil.

Uno de los productos, el Congreso sobre la “Nueva Era del Turismo” se convirtió en la necesidad de un dialogo experto en “Experiencias de trabajo en red, equipos de investigación y cuerpos académicos en turismo, patrimonio y sustentabilidad” donde se tuvo la oportunidad de invitar a expertos en el tema (Agustín Santana, Juan Córdoba, Phillipe Duhamel, Juan Luis Alegret), tres de ellos de España y uno de Francia.

Esta conferencia permitió definir objetivos científicos para crear una comunidad o red cuyos miembros provenientes de instituciones académicas, empresas dedicadas a turismo responsable, miembros de secretarías de gobierno municipal, estatal y federal, organizaciones no gubernamentales y comunidades locales pudieron tener un espacio de reflexión y problematización sobre el tema. Más allá del espacio virtual se buscaban espacios de interacción (Congreso y seminarios), visualización (videos de estudios de caso y de la nueva era del turismo en Yucatán), y difusión (memorias, y libro sobre el turismo en Yucatán y la región). La Red fue capaz de integrar estudiantes de diferentes áreas del conocimiento (turismo, arqueología, antropología, geografía, ciencias de la comunicación, ingeniería de sistemas, arquitectura, ecoturismo, interculturalidad, economía, administración, ecología humana y biología). Todos ellos fueron invitados a unirse a la plataforma de diseño para fomentar conversaciones sobre la Red en la web 2.0, poner en marcha acciones y generar publicaciones en línea.

La Red invitó en el Congreso en noviembre del 2012 a empresarios con responsabilidad social corporativa y fomentó acciones que llevaron a un convenio específico sobre el estudio de la relación humano-delfín en un parque temático, y un acuerdo de entendimiento entre la División de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad Popular de la Chontalpa, Tabasco. Una extensión territorial y académica que no fue prevista en el proyecto, pero que gracias a las bondades del trabajo en red fue posible.

En términos económicos se estará fomentando entre los socios de la red a difundir que en el estado y en la península de Yucatán existen vías empresariales y comunidades comprometidas con diferentes segmentos del turismo incluyendo al turismo alternativo. Se comprometió un video documental en colaboración con la licenciatura en Comunicación Social de la Universidad Autónoma de Yucatán (UADY), y se lograron tres de ellos, gracias al esfuerzo de dos profesores y estudiantes.

El proyecto ofreció espacios de capacitación a jóvenes estudiantes sobre diferentes áreas temáticas del proyecto (Realidad Aumentada, Turismo y TICs por parte de la Universidad Tecnológica Metropolitana; patrimonio cultural por parte de una profesora de la Universidad de Vigo en España y la Facultad de Arquitectura de la UADY).

En la formación de recursos humanos el proyecto se apoyó en dos tesis doctorales y cuatro de maestría de México y España donde los tutores y miembros de los comités académicos fueron más que determinantes para la titulación de los mismos.

Los estudiantes de doctorado vinculados a esta propuesta engranó con el Programa Doctoral de Estudios Mesoamericanos de la UNAM con el tema de Turismo Premium y Patrimonio en la península de Yucatán (Benavides, 2014). La tesis doctoral de la otra estudiante de España fue un proceso lento pero concluido con el tema emergente de la Disneyzación y los Parques Temáticos desde un modelo de negocios en la Riviera Maya (Khafash, 2011, 2012).

Estas dos propuestas de tesis doctoral ofrecieron una plataforma de conocimiento sobre un tema bastante amplio y fuertemente estructurante de la economía de países con gran tradición en turismo y la apuesta de los países en vías de desarrollo para fincar sus esperanzas en esta economía postindustrial donde México no es la excepción (Bell, 1976, Harvey, 1990, 2001, Torres y Monsen, 2005) ya que, es uno de los espacios estratégicos para la expansión del capital corporativo transnacional basado en la industria global del ocio, recreación, entretenimiento y turismo (Antón, 2007, Córdoba, 2009). Que mejor lugar para esta visión de estructura axial que la Península de Yucatán, territorio donde se ubica la industria del turismo con el polo Cancún (García, 1979; Macías y Pérez, 2009).

Esta propuesta agregó valor ya que el principal motor de impulso de desarrollo de esta propuesta también han sido en orden cronológico: la "turistificación" de la península (Córdoba, 2009; Cesar y Arnaiz, 1992), la estancia sabática de la representante técnica del proyecto en España 2008-2009, el interés de estudiantes de doctorado interesados en el tema turismo y los parques temáticos (Khafash, 2009), la necesidad de trabajo en Red con el tema de turismo, la oportunidad de haber contado con recursos financieros (Fraga, 2015).

6. FORTALEZAS, OPORTUNIDADES, DEBILIDADES Y AMENAZAS DEL PROYECTO RED: A MANERA DE CONCLUSIÓN

Este proyecto planteó muchas fortalezas y oportunidades desde la academia, pero no podemos dejar pasar las debilidades que estuvieron e implicaron riesgo para el éxito de los objetivos, por ejemplo, la dificultad del trabajo colectivo fue una fortaleza y amenaza al mismo tiempo porque las instituciones educativas tienen la misión y visión de formar sobre una base individual, racional, y positivista. Las instituciones que contratan personal o profesores de tiempo completo o parcial son evaluados sobre una base individual y esto forja y fomenta el egoísmo y el sobrevivir sobre una base productivista que se aleja del bien común, principal premisa del trabajo colectivo o trabajo en red.

El trabajo colectivo tal parece funcionar mejor de manera virtual más que presencial. Este aprendizaje somete a la doble contradicción de la oportunidad y la amenaza porque demanda por ambos lados capacidades de liderazgo muchas coartadas por los mandos superiores de las universidades e institutos porque los productos son a largo plazo y las evaluaciones de los profesores y los estudiantes a corto plazo.

El trabajo en red parece dar frutos a personas y no a colectividades cuando las colectividades lo hacen posible, un ejemplo de esto fue el proceso mismo del Atlas y los videos documentales. El foco productivista predominó sobre el humanista, lo que dificulta la ética y la nueva economía del conocimiento (las ideas, los procesos estructurantes del conocimiento como medio de producción entre otras). Una fortaleza a explorar y que fue

axial en este proyecto es el cobijo de redes internacionales a redes regionales. En este caso, la Red Rita (Santana, 2010) coordinado por la Universidad de La Laguna fue una red sombrilla que volcó su experiencia en ciertos miembros de la red regional y facilitó estancias de estudiantes y publicaciones del proyecto.

Una debilidad fue el compromiso de lograr objetivos amplios con recursos escasos, tanto humanos como económicos. La apuesta principal de este proyecto fue la capacidad de movilización de los subgrupos institucionales y la capacidad de enlace con grupos que ya habían atravesado estos procesos, por ejemplo, redes nacionales e internacionales sobre el tema y equipos de trabajo como el de la UCM. El reto mismo es ya una oportunidad de trabajo en red. Esperamos unirnos más a redes internacionales.

BIBLIOGRAFÍA

Antón Clave, S. (2007) The Global Theme Parks Industry. Oxford: Cabi

Bell, D. (1976) *El advenimiento de la sociedad postindustrial*. Madrid, España: Editorial Alianza.

Benavides, A. (2014) Estrategias para la protección del patrimonio cultural y natural de la Península de Yucatán ante el avance de los desarrollos turísticos Premium. Ciudad de México: Universidad Nacional Autónoma de México.

Córdoba, J. (2009) “Turismo, Desarrollo y Disneyzación”, en Investigaciones Geográficas,

Boletín del Instituto de Investigaciones Geográficas de la UNAM, No. 70, pp. 33-54.

Castro, U. (2007) El turismo como política central de desarrollo y sus repercusiones en el ámbito local: Algunas consideraciones referentes al desarrollo de enclaves turísticos en México, en *TURyDES*, Vol. 1, No. 1.

Cesar, A. (1992) “*Quintana Roo: Los retos del fin de siglo ¿Hacia un desarrollo desigual?”* en Cesar Dachary, A.; Navarro López, D. y Maris Arnaiz, S. (1992): *Quintana Roo: Los Retos del Fin de Siglo*. Centro de Investigaciones de Quintana Roo, Chetumal, México, pp. 9-29.

Fraga, J., Khafash, L. (2011) La geometría humana del Turismo y su relación con el cambio climático en el Caribe mexicano. En: E. Rivera-Arriaga, I. Azuz-Adeath, L., Alpuche Gual y J. Villalobos-Zapata (eds.). Cambio climático en México un Enfoque Costero-Marino. Universidad Autónoma de Campeche, CETYS- Universidad, Gobierno del Estado de Campeche. 944 p.

Fraga, J. (2011) Primer Foro-Taller sobre Turismo en la Península de Yucatán. Red

REMAS- CONACYT: CINVESTAV-Mérida (17, 18 y 19 de enero). Documento de Circulación interna.

Fraga, J. y Khafash, L (2011) “Creación de una plataforma multidisciplinaria en red para el fortalecimiento institucional y la formación de recursos humanos en turismo, patrimonio y sustentabilidad en la peninsula de Yucatán”, Proyecto Fondos Mixtos Gobierno del Estado de Yucatán y CONACYT, 2012-2015 (aprobado en la convocatoria 2011-09 (169974) (documento de circulación interna), Mérida, México: Cinvestav.

García de Fuentes, A. (1979). *Cancún: Turismo y desarrollo regional*. México, D.F: UNAM.

Giros, 2010 Revista sobre turismo y convenciones. México, D.F.

Khafash, L. 2009 "Xel-Há, Imagen y producto del mercado ecoturístico en el Caribe Mexicano". Tesis para obtener el Diploma de Estudios Avanzados en la UCM, Madrid, España.

Khafash, L., y Fraga, J. (2011) "Entornos naturales y mercado turístico en la Riviera Maya: Experiencias Xcaret y patrimonialización desde entramados narrativos" en Llorenç Prats y Agustín Santana (Coords), *Turismo y patrimonio, entramados narrativos,* Colección Pasos Edita, 5: 145-168

Khafash, L. y Fraga, J. (2012) "Turismo y responsabilidad social empresarial. Estudio de caso en el Caribe mexicano" en PASOS Edita, No.10: 203-234

Khafash, L., Fraga, J., Córdoba, J. (2015). Parques Temáticos y Disneyzación. Experiencias Xcaret en la Riviera Maya. En Fraga, J., Khafash, L., Córdoba, J. (Coords). Turismo y ocio. Reflexiones sobre el Caribe Mexicano. PASOS Edita NO. 14: 45-84

Harvey, D. (1990) *La condición de la postmodernidad. Investigación sobre los orígenes del cambio cultural*. Madrid, España: Amorrortu

Harvey, D. (2001) *Espacios del capital. Hacia una Geografía Crítica*. Madrid, España: Akal.

Macías, C. y Pérez, R. (Comps) (2009) *Cancún. Los avatares de una marca turística global*. Chetumal, México: Universidad de Quintana Roo, CONACYT

Jiménez, A., 2005, *Desarrollo turístico y sustentabilidad. El caso de México*. México:.Miguel Ángel Porrua, Universidad del Caribe.

Jafar, J.et al., 2000, The Scientification of Tourism, in *Hosts and Guests in* Smith, V. y Brent,M. (Eds). (2001) *Host and Guest Revisited: Tourism issues in the 21 st Century (Tourism Dynamics).* New York, Estados Unidos: Cognizant Communication Corporations.

Plan Nacional de Desarrollo (2007-2012). México: Presidencia de la República.

Programa Nacional de Turismo (2007-2012). México: Presidencia de la República

Rivas García, J., Y Macadán Díaz M. (2007) *Planificación turística y desarrollo sostenible*. España: Septem.

Santana, A. (2010) Proyecto RITA. Documento de circulación interna. ULL.

Torres, R. y Momsen, J. (2005) Gringolandia: The construction of a new tourist space in México. En *Annals of the association of the American geographers,* (95). pp 314-335.

NUEVAS OPORTUNIDADES DE COOPERACIÓN. TURISMO, GLOBALIZACIÓN, CAMBIO CLIMÁTICO Y NUEVAS TECNOLOGÍAS.

Realidad aumentada y turismo: Estrategias de TICs en el mundo virtual

Mario Martin*
Yeni Morales*
Elías Marrufo*
Dra. Julia Fraga**

**Cuerpo Académico de Tecnologías de la Información y Comunicación, Universidad Tecnológica Metropolitana de Mérida, México*
*** Departamento de Ecología Humana, Centro de Investigación y de Estudios Avanzados del Instituto Politécnico Nacional, Unidad Mérida, México*

RESUMEN

Este trabajo pretende describir la propuesta de desarrollo y nivel de avance del proyecto de ampliación de la funcionalidad de la plataforma virtual de Turismo 2.0 que se llevo a cabo con recursos del Conacyt de México y llevado a cabo bajo el liderazgo del Cinvestav Mérida e integrantes de la red de Turismo Alternativo de la Península de Yucatán. El proyecto pretende compartir la información de la plataforma implementada bajo el sistema Elgg bajo el uso de tecnologías de Turismo 3.0, en especifico mediante el uso de realidad aumentada. El proyecto se encuentra en etapa de implementación, y se espera sea completado en el año de 2016, para uso general y en específico para los interesados en los temas de turismo de la Península de Yucatán.

Palabras clave: Turismo Alternativo, Península de Yucatán, Plataforma Elgg, Realidad Aumentada, turismo.

ABSTRACT

This work aims to describe the proposal development and level of progress of the project of extension of the functionality of the virtual platform for tourism 2.0 that I've been done with Conacyt in Mexico financial resources and carried out under the leadership of the Cinvestav Merida and members of the network of alternative tourism of the Yucatan Peninsula. Project aims to share the platform information implemented under the Elgg system under the use of tourism 3.0 technologies, in particular through the use of augmented reality. The project is at the stage of implementation, and is expected to be completed in the year 2016, for general use and specifically for those interested in the issues of tourism of the Yucatan Peninsula.

Keywords: Alternative tourism, Yucatan Peninsula, Elgg Platafform, Aumented Reality, Tourism

1. INTRODUCCIÓN

En la península de Yucatán existe una gran cantidad de vestigios arqueológicos y zonas naturales que por su belleza atraen a una gran cantidad de turistas nacionales y extranjeros. De acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática (INEGI)[1], las actividades turísticas representan el 8.5 % del producto interno bruto (PIB) de México, la OCDE reconoce a México como uno de los líderes mundiales de turismo. Con datos de la Secretaría de Turismo tan solo el estado de Quintana Roo recibió alrededor de 17 millones de turistas entre nacionales y extranjeros durante el año 2013 [2].

Todo lo anterior, si bien trae beneficios económicos al país, genera una serie de retos en cuanto a la inserción de nacionales no residentes y extranjeros en zonas tradicionalmente habitadas por indígenas mayas de la región; otro factor importante es la degradación que las actividades turísticas tienen en las zonas naturales que genera retos de realizar el turismo mediante actividades sustentables. Estos y otros puntos ha despertado el interés de las principales instituciones de investigación nacional y regional de la península de Yucatán, que han emprendido trabajos tendientes a modelar las mejores prácticas turísticas en la región, las que sin menoscabo de los beneficios económicos no incida negativamente esta actividad.

El esfuerzo anterior, ha sido llevado a cabo en lo general de forma individual y es asumido dependiendo del interés particular de cada grupo de investigación, por lo que, surge una iniciativa del Departamento de Ecología Humana del Centro de Investigación y de Estudios Avanzados de integrar una plataforma virtual de Turismo bajo tecnología 2.0, y una red de instituciones de investigación en la que se pretende contar con un repositorio en la que los productos pueden ser compartidos y con ello aumentar el acervo sobre el tema. En la siguiente liga, se encuentra un trabajo de declaratoria de la red con antecedentes, medios de financiamiento (FOMIX) e instituciones involucradas (http://www.redalyc.org/pdf/881/88125588017.pdf).

El papel del Cuerpo Académico (CA) Sistemas Informáticos dentro de esta red de investigación es el de elaborar la propuesta e implementación de la plataforma de turismo 2.0, trabajo que ya tiene un desarrollo muy adelantado y próximo a entregarse (veinte de agosto del 2015) para iniciar su explotación en producción, ahora bien, derivado de los trabajos de la plataforma y las retroalimentaciones del grupo de trabajo, ha surgido la inquietud de los docentes de este CA, de complementar la plataforma en línea mediante la integración de un servidor web de tecnología Rest que almacene puntos geográficos e información multimedia relacionada a ellos, y a partir de ellos puedan ser explotados mediante la tecnología de Realidad Aumentada (RA) mediante app´s específicas para los dispositivos con tecnología iOS y Android, dando con ello un valor agregado a los productos de investigación de la plataforma de turismo 2.0.

Siendo la actividad del turismo de tan alta trascendencia a nivel mundial, que motiva el estudio de sus diversas formas de “usos y costumbres” que dependen de la región del mundo en el que se lleva a cabo, y muy en especial, en la península de Yucatán que tiene gran tradición turística con las playas del estado de Quintana Roo que se encuentran consolidadas como destino de turistas del mundo, y los estados de Yucatán y Campeche que tratan de utilizar y extender hacía sus fronteras el tiempo de estadía de los visitantes,

conlleva a que otras áreas del conocimiento sirvan de herramientas para dar conocer las ventajas y virtudes de cada sitio turístico, todo en un afán de lograr ser considerado en la decisión final del turista, es así como el uso de las tecnologías de la comunicación juegan un papel preponderante, acuñándose el término de turismo 2.0 para definir la aplicación de la infraestructura, programas y metodologías tanto de redes como de software puestas a disposición de uso y promoción del turismo.

Por otro lado, como es conocida la actividad del turismo no solo se limita a aspectos lúdicos, sino también crea fenómenos sociales que en nuestro caso muy particular son estudiados a través del proyecto Redtur que lidera la Dra. Fraga en el marco de un financiamiento de los Fondos Mixtos del Gobierno del Estado de Yucatán y Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología de México (169974), el uso de las TIC´s se convierten en un medio en el que se pretende resolver la necesidad que tiene la red de Investigación Redtur de contar con una plataforma tecnológica para la divulgación de los resultados obtenidos en los proyectos de investigación de los miembros que la conforman. La plataforma servirá como un medio de comunicación para los miembros de la comunidad.

Es importante discernir, que el objetivo de este proyecto de investigación no es general elementos de RA dirigido al mercado lúdico del turismo, sino de convertirse en un elemento de colaboración entre diferentes instituciones que estudian la temática del turismo, y podrán contar a través de sus dispositivo móviles, de los productos que otros investigadores sobre el tema han relacionado en el sitio mismo en el cual se hace referencia, así como de la misma forma subir el tiempo real y desde el lugar en que se lleva a cabo la investigación, los productos multimedia para poder ser vistos inmediatamente por el resto de los integrantes de la red en investigación.

a. Realidad Aumentada

Vivimos en una era donde la tecnología va cambiando día a día, y con ello nuevos conceptos y términos como lo es la realidad aumentada la cual se define como una técnica que permite interactuar y visualizar gráficos virtuales, Figura 1 (Milgram- Virtuality Continuum en 1994), que describe como una realidad mixta que abarca desde el entorno real a un entorno virtual puro, entre medio hay Realidad Aumentada, más cerca del entorno real y Virtualidad Aumentada, está más cerca del entorno virtual.

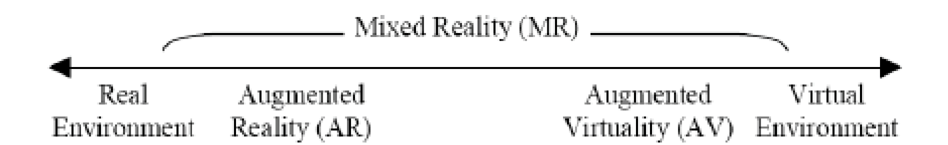


Fig. 1 Milgram’s continuum (Milgram and Kishino, 1994)

Durante los últimos años, un gran número de desarrolladores se ha interesado y ha puesto sus esfuerzos en el desarrollo de aplicaciones de usuario cotidianas mediante técnicas de Realidad Virtual, dada su flexibilidad de aplicación que ofrecen las herramientas de este tipo. Recientemente, se ha creado una nueva rama de interfaces denominadas de Realidad

Aumentada, donde los elementos reales conviven con los elementos virtuales, que sirven para aportar información adicional a los primeros [3]. Los ejemplos del uso de la Realidad Aumentada en campos como la medicina, fabricación y reparación de equipos industriales, sector aeroespacial y militar son una constante hoy en día [3].

Los principales problemas de las aplicaciones de Realidad Aumentada estriban en la necesidad de compatibilizar dos mundos distintos, el virtual y el real, lo que supone la necesidad de alinear los sistemas de coordenadas de ambos de forma que sean coherentes. Así, si un elemento virtual se encuentra frente al usuario y éste se da la vuelta, debería quedar a su espalda, a este problema se le conoce como alineación o seguimiento y se resuelve mediante técnicas de procesado de imagen [5], capaces de detectar, reconocer y seguir rasgos significativos del entorno y/o dispositivos de seguimiento, y técnicas de predicción [5] para detectar en qué dirección mira el usuario. El segundo problema a resolver lo constituye la interacción del usuario con los elementos virtuales, ya que, especialmente en aplicaciones que deben estar orientadas a un público en general, algunos grupos menos familiarizados con la tecnología pueden encontrarse en desventaja frente al uso de las Tecnologías de la Sociedad de la Información, acentuándose así las diferencias sociales, hecho que se conoce como la División Digital (DD) [4].
La realidad aumentada funciona de cuatro maneras diferentes, dependiendo de la plataforma desde la que se ejecuta; a saber:[6]

a. Realidad aumentada desde teléfonos inteligentes: Para llevar a cabo este tipo de experiencia el usuario debe tener un Smartphone del tipo iPhone, Blackberry, Android, o similares, que tengan cámara digital posterior, al cual se le descarga un programa que permite ejecutar la realidad aumentada. Normalmente se usan en combinación con un posicionador global por satélite, o GPS, para realizar la geolocalización en tiempo real del aparato, y con ello poder interpretar la posición de la cámara en el momento que ésta es puesta frente al usuario en movimiento. Su funcionamiento se reduce a activar el teléfono y el GPS, cargar el programa residente en su memoria y apuntar la cámara al escenario que se desea complementar. En ese momento, sobre la pantalla del dispositivo, aparecerá el entorno actual con objetos de información asociados al lugar donde se ubica el usuario. Sus aplicaciones van especialmente dirigidas al turismo, como identificador de sitios de interés, al marketing por proximidad, para temas relacionados con el comercio, o a los juegos, entre otras.

b. Realidad aumentada con gafas especiales: En esta posibilidad el usuario debe tener, como sensor, unas gafas translucidas que van conectadas de manera alámbrica o inalámbrica, a un PC o un teléfono inteligente, desde donde se ejecutará el programa que permite la experiencia. Estas gafas facilitan ambientes muy inmersivos, desde donde la experiencia en realidad aumentada abarcará todo el campo visual del individuo, propiciando así situaciones ricas en experiencias por descubrimiento. Sus aplicaciones están enfocadas a la instrucción y al entrenamiento o la medicina entre muchas otras posibilidades.

c. Realidad aumentada OFF-line desde un PC: Este tipo de realidad aumentada se lleva a cabo desde una computadora personal convencional, en asociacion con una cámara web de resolución media que sirve de sensor, un programa elaborado para ser ejecutado desde el PC, y un marcador impreso que representa la manera en que el evento es invocado para la

visualización sobre la pantalla del computador. Para este propósito no se requiere ningún tipo de conectividad a Internet, y todos los procesos informáticos se llevan a cabo desde y con la computadora únicamente. Para su funcionamiento debe ejecutarse el programa de representación de los modelos virtuales en el PC, activar la cámara web y poner frente a ésta los marcadores que representan la actividad que se quiere visualizar. Estas actividades pueden ser un objeto en 3D, un video, un texto, un sonido, o la combinación de todos.
d. Realidad aumentada ON-line desde un PC: A diferencia de la anterior, se requiere necesariamente una conexión alámbrica o inalámbrica a Internet, desde donde se ejecutan las rutinas del programa que interpreta los modelos virtuales; sólo se necesita el visor para Flash normalmente disponible en las computadoras para la respectiva visualización de este tipo de formatos. La cámara web y los marcadores serán también parte del proceso. Para su funcionamiento sólo debe cargarse desde un navegador, o browser en Internet, una dirección web o URL (UniformResourceLocator), esperar a que se ejecute el Adobe Flash Player, autorizar su uso desde la caja de diálogo que aparece sobre la pantalla del PC, y poner frente a ella los marcadores suministrados para la experiencia.

b. Servicio Web Rest

Desde que se creó la World Wide Web muchas cosas han cambiado, la red, por sí misma, es una de las innovaciones tecnológicas más importantes del último siglo, pero durante todo este tiempo se han ido desarrollando diversas herramientas que han mejorado la forma en la que nos comunicamos, en la que percibimos el entorno en el que nos desarrollamos y no se diga de los modos de comunicarnos, cada día requerimos más y más servicios de la web, lo que ha llevado a los desarrolladores de software a innovar en los métodos, lenguajes, estructuras y arquitecturas que proporcionen dichos servicios a los exigentes usuarios, y cuando nos referimos a servicios en la web podríamos definirlo como un conjunto de aplicaciones o de tecnologías con capacidad para interoperar en la Web, estas aplicaciones o tecnologías intercambian datos entre sí con el objetivo de ofrecer servicios, estos servicios proporcionan mecanismos de comunicación, estándares entre diferentes aplicaciones, que interactúan entre sí para presentar información dinámica al usuario[7]. Existen diferentes métodos para desarrollar servicios web, REST (REST - Representational State Transfer) emergió en los últimos años como el modelo predominante para el diseño de servicios, lo primero es aclarar que REST no es una tecnología, ni siquiera una arquitectura, sino una familia de arquitecturas, de servicios distribuidos, cuyas características principales son las siguientes [8]:

Utiliza los métodos HTTP (Hypertext Transfer Protocol o en español protocolo de transferencia de hipertexto) de manera explícita.

No mantiene estado, eso significa que el servidor es responsable de generar las respuestas y proveer una interfaz que le permita al cliente mantener el estado de la aplicación por su cuenta.

Expone URIs (Uniform Resource Locator) con forma de directorios, de tal manera que para el desarrollador es funciona como una interfaz auto-documentada que necesita de muy poca o ninguna explicación o referencia hasta el punto que sea fácil de adivinarla ya que es muy intuitiva .

Transfiere XML, JavaScript Object Notation (JSON), o ambos, esto permite que el servicio pueda ser utilizado por distintos clientes escritos en diferentes lenguajes, corriendo en diversas plataformas y dispositivos.

CREATE. En esta operación el cliente manda al servidor una petición para crear un nuevo recurso. Opcionalmente el cliente puede mandar una representación del estado inicial de este recurso. El servidor responde con el identificador global del nuevo recurso.

DELETE. En esta operación el cliente elimina un recurso del servidor. El cliente necesita saber el identificador del recurso.

READ. Con esta operación el cliente puede leer una representación del estado de un recurso, identificado con su identificador global. El cliente puede especificar que tipos de representaciones entiende. Aquí lo que ocurre realmente es que se copia el estado del recurso en el servidor y se pega en el cliente. Ambas copias del estado no se mantiene sincronizadas. El servidor puede cambiar el estado real del recurso y el cliente, de forma independiente, puede modificar su copia local del estado del recurso.

UPDATE. Como el servidor y el cliente tienen una copia diferente del estado, el cliente puede usar esta operación para sobrescribir o grabar su copia del estado en el servidor. De esta manera se puede actualizar el estado del recurso con las modificaciones hechas en el cliente.

La implementación del servicio es libre de prohibir alguno de estos métodos para un recurso en concreto. También debe definir el modelo de datos que se va a publicar y que representaciones soporta. Lo que no puede hacer es inventarse operaciones de forma arbitraria. Las operaciones son siempre las mismas.

2. OBJETIVOS

2.1 Objetivo General

Desarrollar una plataforma tecnológica para utilizar las tecnologías de Realidad Aumentada como medio de divulgación del conocimiento generado por la red de Investigación REDTur

2.2 Objetivos Específicos

- Desarrollar una aplicación móvil que consiste en un navegador de Realidad Aumentada para los sistemas operativos de dispositivos móviles dominantes en el mercado (iOs y Android).
- Desarrollo de un Servicio Web basado en la tecnología REST que provea la información generada (video,imagénes,documentos,texto) por la por la red de investigación REDTur al visor de realidad aumentada dependiendo de la ubicación geográfica en la que se encuentre el dispositivo residente.
- Desarrollo de una aplicación Web , para que los miembros de la red de Investigación RedTur alimenten a la plataforma con todos los contenidos generados por

actividades de investigación teórica y de campo.

- Consolidar la participación activa del Cuerpo Académico en la red de investigación RedTur a través de la plataforma tecnológica propuesta en el proyecto

3. JUSTIFICACION Y METODOLOGIA

3.1 Justificación

Uno de los principales socios de investigación del CA es con el grupo de del Departamento de Ecología Humana del Cinvestav sede Mérida, con quienes desde el año 2012 se colabora en una investigación centrada en la relación que existe entre el turismo y las comunidades de la zona maya de la península de Yucatán, siendo la participación basada en el desarrollo de la plataforma tecnología de un repositorio virtual que almacene los trabajos de los centros de investigación y Universidades con miras a convertirse en una base de información pertinente del tema.

Relacionado con el proyecto FOMIX antes mencionado, han surgido nuevas inquietudes al interior del CA sobre la ampliación de la funcionalidad por medio del uso de tecnologías modernas como lo son en este caso la Realidad Aumentada, por lo que se propone abordar esta temática en este proyecto que brindará una mayor posibilidad de compartir los recursos de investigación con la ventaja del uso de dispositivo móviles y sus implementos como son el uso de la cámara y el dispositivo GPS.

Con la implementación de este proyecto, se contará con un medio de compartición de los principales centros de investigación que genera la oportunidad de contar con información de investigación en sitio, es decir, a través del uso del visor de realidad aumentada, se cuenta con la capacidad de ver con la cámara del dispositivo en el que se tenga instalado datos estadísticos, papers de investigación, ligas a videos de proyectos, y en general, cualquier documento o información electrónica que los miembros de la Redtur generen, o los interesados en estos proyectos de investigación relacionados con el turismo.

Este proyecto busca convertirse en un medio en el cuál, mediante el uso de las siguientes tecnologías, se integre en un solo medio de funcionamiento el software y hardware necesario para mantener un proyecto de RA:

"Aplicaciones de software de realidad virtual y aumentada" se beneficiará con la publicación de Artículos en congresos internacionales. Se espera que con la capacitación solicitada en el proyecto el Cuerpo Académico implemente soluciones de software de realidad aumentada y virtual en otros sectores tales como Educación, Sector Comercial.

"Sistemas basados en cómputo de la nube" se beneficiará con la experiencia generada por el desarrollo de la aplicación Web así como del servicio web REST para replicar este resultado en un esquema tecnológico basado en tecnologías de cómputo en la Nube.

Líneas de Investigación Externas:

Se espera que con los conocimientos adquiridos en la fase de Capacitación así como con los resultados obtenidos en la fase de presentación de resultados se consolide el vínculo

con otras instituciones de investigación que deseen implementar herramientas de T.I basados en las necesidades del entorno de cada una de ellas.

3.2 Metodología

Para el desarrollo del proyecto se contemplan las siguientes etapas:

Recopilación de Información: En esta información se realizarán juntas de trabajo con los principales integrantes de la red de investigación con el objetivo de definir las políticas que regularán la administración de la información que el sistema resguardará.

Capacitación: En esta etapa los integrantes del CA participarán en cursos que les de las herramientas para desarrollar aplicaciones móviles para las plataformas Android e iOS. Adicionalmente como resultado de esta actividad se replicará estos cursos en asignaturas del plan de estudios de la carrera de Multimedia y Comercio Electrónico.

Desarrollo: Esta etapa consiste en la construcción de los componentes de software de toda la plataforma, para esto se utilizará la metodología ágil SCRUM, se contempla que los ciclos de desarrollo (sprints) sean de 3 semanas , al final de cada ciclo se realizarán juntas con los integrantes de la red de investigación RedTur con el fin de validar la aplicación así como obtener ajustes o correcciones.

En esta etapa se contempla además de la participación de los integrantes del CA de la participación de 5 alumnos de la carrera de Multimedia y Comercio Electrónico en la modalidad de proyecto de Estadía, de los cuales 2 participarían en el desarrollo de la aplicación Android, 2 para el desarrollo de la aplicación iOs y 1 para el desarrollo de la aplicación Web que administre la información.

Pruebas: Esta consiste en la realización de pruebas de integración de laboratorio por parte de los integrantes del CA y los alumnos participantes del proyecto.

Se contempla la realización de pruebas de campo en sitios arqueológicos y principales sitios de atracción turística del estado de Yucatán para verificar el correcto funcionamiento de todos los elementos de la plataforma.

Presentación de resultados: Finalmente en esta etapa se contempla presentar la aplicación en el congreso regional de la red de investigación RedTur.

Además se les entregará a la red toda la documentación técnica y manuales de usuario que los apoyen a su administración.

Se contempla realizar sesiones de capacitación sobre todos los componentes de la plataforma a los miembros principales de la red de investigación por parte de los integrantes del CA.

4. RESULTADOS ESPERADOS

En la siguiente tabla se detallan los resultados que esperan obtener conforme se desarrolle el proyecto

Tabla 1: Actividades a desarrollas en el tiempo programado para el proyecto.

TIEMPO	ACTIVIDADES
Corto plazo (Meses 1-3)	• Definición de las políticas para la administración de la información por registrar por parte del equipo de desarrollo y la red de investigación. • Capacitación de los integrantes del CA en el tema de desarrollo de aplicaciones móviles para la plataforma iOs y Android. • Instalación y configuración del servidor de base de datos , así como del servidor Web.
Mediano Plazo Meses (6-9)	• Desarrollo del Servicio Web REST que proporcione la información a las aplicaciones móviles. • Desarrollo de la aplicación Web que permita administrar la información generada por la comunidad de investigación. • Desarrollo de la aplicación móvil iOs que consiste en un navegador de realidad aumentada. • Desarrollo de la aplicación móvil Android que consiste en un navegador de realidad aumentada.
Largo Plazo Meses (9-12)	• Realización de pruebas de integración de los componentes de la plataforma. • Realización de pruebas de campo de todos los componentes de la plataforma, en sitios arqueológicos y de principal atracción turística. • Presentación de los resultados en el congreso anual que organiza la red de Investigación RedTur

5. CONCLUSIONES

El uso de las tecnologías en las actividades del turismo han venido a incrementar la oferta a través de espacios de intercambio digital, el uso del turismo denominado 2.0 en el cual se integran la mayoría de los productos de turismo actuales viene en franco desarrollo a implementar las ventajas de los nuevos dispositivos tales como la cámara, el acelerómetro y las rápidas conexiones de internet en un nuevo enfoque denominado turismo 3.0.

El proyecto de plataforma de turismo alternativo liderado por el Cinvestav Mérida y del cual el cuerpo académico de TIC´s de la Universidad Tecnológica Metropolitana participó con la el análisis, propuesta de solución e implementación del sistema Elgg, pretende con éste proyecto ampliar el nivel de usabilidad y experiencia de dicha plataforma a través del uso de dispositivos móviles con capacidad del uso de ambientes de realidad aumentada, mediante el cual, los diferentes investigadores interesados en los temas del turismo y en especial del turismo alternativo, tendrán la capacidad de consultar en tiempo real la información que almacena la plataforma virtual de turismo, y, permitirá el almacenar de la misma forma, en tiempo real y mediante el uso de elementos multimedia, aspectos relevantes de cualquier estudio o trabajo que realicen sobre el terreno.

El proyecto actualmente se encuentra en elaboración, y se espera que a partir del año 2016 pueda ser distribuido entre los interesados en la materia.

6. AGRADECIMIENTOS

Agradecemos al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (Conacyt) y al Programa para el Desarrollo Profesional Docente (PRODEP) el patrocinio y apoyo para la realización de este proyecto.

BIBLIOGRAFÍA

Sitio Web del Instituto Nacional de Estadística y Geografía , www.inegi.gob.mx

Sitio Web de la Secretaría de Turismo , www.sectur.gob.mx.

R. Azuma, Y. Baillot, R. Behringer, S. Feiner, S. Julier y B. MacIntyre, "RecentAdvances in AugmentedReality", IEEE ComputerGraphics and Applications, 21(6), 2001, pp. 34-47.

D. Koller, G. Klinker, E. Rose, D. Breen, R. Whitaker and M. Tuceryan, "Virtual Reality Software and Technology", Actas de ACM symposiumon Virtual reality software and technology, Lausanne, 1997, pp. 87-94.

R. Azuma y G. Bishop, "A Frequency-DomainAnalysis of Head-MotionPrediction", Actas de SIGGRAPH '95, Los Angeles, ComputerGraphics, AnnualConference Series, 1995, pp. 401-408.

Chorafas D. Realidad virtual. Aplicaciones prácticas. México: Pretince Hall; 1997. p. 86-208.

Informe de Fondos de Innovación Tecnológica (FIT), Secretaría de Economía de México (2011).

Enrique Amodo. Principios de Diseño de Apis REST, España : Leanpub ; 2012

3
Reinvención de destinos turísticos. Estrategias y políticas

Reinvención de destinos turísticos maduros de sol y playa. Tendencias, retos, estrategias y políticas

Enrique Navarro-Jurado. Departamento de Geografía, Facultad de Turismo de la Universidad de Málaga.

Maciá Blázquez Salom. Departamento de Geografía de la Universidad de las Islas Baleares (España)

Las tendencias y los retos de la crisis sistémica global y de la competencia entre los destinos turísticos dan lugar al desarrollo de estrategias y políticas de reinvención en los destinos consolidados y maduros. Sirva la presente contribución para su revisión.

Las **tendencias** de planificación territorial turística más frecuentes que experimentan los destinos turísticos de masas son:

- El deterioro físico urbano y social de enclaves turísticos de masas, por el envejecimiento del entorno urbano, amortizado ya por el capital, la pérdida de calidad del destino y de la rentabilidad económica asociada al empeoramiento de las condiciones laborales o al agravamiento de la delincuencia asociada al narcotráfico, la prostitución, o la corrupción político-empresarial… todo ello repercute en el producto turístico.
- La amenaza del cambio climático, con incidencia en la subida del nivel del mar – que amenazan con especial gravedad a la conservación de las playas– y en la propagación de pandemias.
- Los cambios de uso de los establecimientos de alojamiento turístico, para adoptar nuevas funciones urbanas residenciales, comerciales o de dotación de equipamientos. En este sentido los destinos maduros se transforman en espacios multifuncionales y residenciales, con conmutación de los capitales productivos al circuito secundario de acumulación mediante la especulación inmobiliaria.
- El crecimiento del control oligopólico, fruto de la integración vertical y horizontal de corporaciones turísticas, particularmente hoteleras, bajo el dominio de capitales transnacionales y locales.
- La reintensificación del usos, mediante la mercantilización y privatización de bienes públicos y comunes (playas, espacios naturales, plazas, puertos, etc.), la devaluación del factor trabajo (entre otras cosas con la precarización laboral) o el deterioro de las bases ambientales (tales como la disponibilidad de recursos naturales, el equilibrio territorial o el paisaje). Estas dinámicas se alimentan del dominio de la lógicas financieras especulativas, que buscan acelerar la acumulación plusvalías, sin pretensiones productivas ni tan siquiera duraderas.
- El cuestionamiento del papel de las administraciones públicas, especialmente de la planificación territorial turística, que van siendo desplazadas por iniciativas privadas (Blázquez, Artigues e Yrigoy, 2015).

Diversos autores han contribuido ya a analizar los procesos de conformación y transformación de los destinos turísticos de masas. Cabe destacar la explicación de su proceso

de difusión geográfica, propulsada por los ciclos de expansión y retracción del capital (Rullan, 2008); la participación de agentes sociales en la construcción del espacio turístico (Romero, Romero y Navarro, 2015; Yrigoy, 2014); y el papel de las administraciones públicas en la planificación territorial turística (Vera y Rodríguez, 2012).

El balance general de las políticas es diverso, porque las acciones realizadas apenas mejoran los problemas de fondo, únicamente orientadas a promover el crecimiento, y solo se traducen en la creación de nuevos productos, nuevas campañas de marketing y en algunos casos en inversiones millonarias en infraestructuras o incluso en la creación de enclaves exnovo. En un reciente encuentro de casos de estudio a nivel internacional se llegaron a diversas conclusiones sobre los **retos** de la reinvención (Navarro-Jurado 2014):

- La **retórica** de las palabras: muchas de las nuevas políticas y acciones empiezan a calificarse como renovación, reinvención, reconversión, reestructuración, recualificación, reorientación... Estas denominaciones inducen a pensar que los destinos están haciendo importantes cambios (Vera y Rodríguez, 2012), pero en la práctica los cambios son mínimos y los conceptos de competitividad mediante la sostenibilidad, la calidad o la justicia están en los discursos y documentos, pero no en las acciones. Enrique Santos y Alfonso Fernández (2010, 186) concluyen al respecto que "una cuestión es el discurso adoptado y otra bien distinta las estrategias".
- La **lentitud** de los cambios. Hay que reconocer la complejidad del turismo en espacios maduros, pero en muchos destinos se legisla valorando especialmente los intereses económicos de determinado grupos de interés, no el beneficio común de la sociedad residente.
- La previsión a largo plazo con criterios de precaución: los escenarios temporales deben considerarse a largo plazo (más de una década) pero con actuaciones demostrativas efectivas a corto plazo y con modelo de gestión dinámicos que pueda responder con rapidez y reformular las acciones si hay eventualidades, pero con una idea clara de cuál es la meta.

Las políticas de reinvención deben tener en cuenta criterios **estratégicos**, tales como:

- Repensar el crecimiento, porque crecer no es la única política posible. Hay que contener el crecimiento pautando los ritmos de la oferta y no adaptándolo a la demanda.
- No sirven las clásicas soluciones, se deben buscar instrumentos que vinculen la sostenibilidad al destino por medio de la rehabilitación urbana residencial, turística y productiva, la recuperación/restauración de áreas degradadas y la conservación del paisaje. El objetivo es evitar fenómenos de congestión, indiferenciación y degradación (Antón, 2011).
- En la gestión se precisa de un liderazgo claro, y a ello ayudaría un organismo de gestión del siglo XXI, participativo con todos los actores públicos (todas las administraciones) y privados, con el consenso democrático suficiente.
- Superar esa retórica del lenguaje y apostar por un conjunto de políticas que adapten las actividades humanas a la disponibilidad de recursos naturales (hídricos, energéticos, minerales, bióticos...) y reduzcan la generación de residuos, contaminación y el transporte; mientras que desde el punto de vista social potencien el bienestar colectivo, la distribución equitativa de la renta y el empleo de calidad. Esta necesaria

transición socioambiental (Fernández y González, 2014) debe ser asumida también por el turismo.

Para concluir, creemos que los **escenarios** de futuro exigirán **estrategias y políticas** con trasfondo de cambio social –con mayor información y participación democrática para el empoderamiento social– y reestructuración económica, promoviendo la proximidad y la reducción de la escala ante los escenarios de crisis socioambiental (Hall, 2009). Está en nuestras manos promover este debate y asumir la encomienda a la ciencia para la transformación social.

Bibliografia

Antón Clavé, S. (2011). "Renovación de destinos turísticos consolidados", en López Olivares, D. (coord). *Renovación de destinos turísticos consolidados.* Valencia: Editorial Tirant lo Blanc, pág. 23-40.

Blázquez, M.; Artigues, A.A.; Yrigoy, A. (2015). "Crisis y planificación territorial turística neoliberal en las Islas Baleares". *Investigaciones Turísticas,* 9, pág. 24-49.

Fernández Durán, R.; González Reyes, L. (2014). *En la espira de la energía.* Madrid: Libros en Acción.

Hall, C. M. (2009). "Degrowing Tourism: Décroissance, Sustainable Consumption and Steady-State Tourism". *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research,* vol. 20, número 1, pág. 46-61.

Navarro Jurado, E. (2014). "La reestructuración de los destinos litorales. Entre la retórica y la lentitud de los cambios". En López Palomeque, F. y Cánoves Valiente, G. (Ed.) *Turismo y territorio Innovación, renovación y desafíos.* Edt. Tirant lo Blanc. Valencia, pág. 37-72

Romero, J. M.; Romero, Y.; Navarro, E. (2015). "Atributos urbanos contemporáneos del litoral mediterráneo en la crisis global: caso de la Zona Metropolitana de la Costa del Sol". *Scripta Nova. Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales,* vol. XIX, núm. 515.

Rullan, O. (2008). "Reconversión y crecimiento de las zonas turística. Del fordismo al postfordismo". Troitiño, M.A., García Marchante, J.S. & García Hernández, M. (coord.) *Destinos turísticos: viejos problemas, ¿nuevas soluciones?* Cuenca: Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha, pág. 587-624.

Santos Pavón, E. I. y Fernández Tabales, A. (2010). "El litoral turístico español en la encrucijada: entre la renovación y el continuismo". *Cuadernos de Turismo,* núm. 25, pág. 185-206.

Vera, J. F. y Rodríguez, I. (eds.) (2012). *Reconversión y reestructuración de destinos turísticos en áreas costeras. Marco de análisis, procesos, instrumentos y realidades.* Valencia: Publicaciones de la Universidad de Valencia.

Yrigoy, I. (2014). "The production of tourist spaces as a spatial fix". T*ourism Geographies,* Vol. 16, núm. 4, pág. 636-652.

REINVENCIÓN DE DESTINOS TURÍSTICOS. ESTRATEGIAS Y POLÍTICAS

La identidad cultural y la diferenciación de la oferta turística para cruceros en Puerto Progreso, Yucatán.

Lic. Argelia Salazar Estrada
Dra. Larisa IvetteAlcérreca Molina

Sección de Estudios de Posgrado e Investigación (SEPI), Escuela Superior de Turismo, Instituto Politécnico Nacional. México

RESUMEN

Por medio de la Política Pública de Cruceros en México (2004) y el Programa Regional Mundo Maya se incrementa el aprovechamiento de las infraestructuras portuarias para el turismo de cruceros, sin mecanismos claros para potenciar el beneficio hacia las comunidades receptoras. Puerto Progreso, al Norte de la Península de Yucatán, lleva diecisiete años recibiendo embarcaciones de crucero, sin embargo su Comité local de cruceros sólo cuenta con cinco años de instalación.

Desde el año 2008 hasta 2014, el arribo de cruceros disminuyó en un 33.75%, al igual que el arribo de pasajeros en un 17.44%, mientras que los datos de gasto promedio reportados del año 2007 hasta 2013 solo observaron un decremento del 4%. En cuanto a la oferta turística se observa que esta redujo en su contenido de atractivos culturales dentro del mismo periodo. Con estos antecedentes, la ponencia trata sobre los resultados de la investigación de campo realizada durante los meses de abril y mayo de 2015, con objeto de identificar elementos de la identidad cultural, que puedan integrar nuevos productos turísticos, bajo el supuesto que esto permitiría diferenciar la oferta.

Palabras clave: identidad cultural, diferenciación de la oferta, turismo de cruceros, Puerto Progreso, Yucatán.

ABSTRACT

Puerto Progreso was established as a trading port at the north coast of the Yucatan Peninsula in 1871, visited as a tourist destination since 1950 and since 1998 visited by cruise ships (Anda, 1999), classified as part of the Western Caribbean cruise region.

There has been a decline in arrivals of cruise ships, of visitors to the port over the period 2008 to 2013, a diminish in the offer of cultural attractions within shore excursions, featured as part of the cultural identity of the Peninsula and a lessening of cruise passenger expenses in port since 2009, with recovery only in 2010.

Cruise Tourism management in Mexico is made through instruments such as the Public Policy for Cruises in Mexico (2004) to increase the profit and economic benefit received, but this instruments only perceive host communities as recipients and not as profit developers. Sectur indicates that the supply of tourism products at Mexican ports is

undifferentiated, besides being reduced, so it can be easily replaced within the itineraries of the cruise lines.

Because of this, the research aims to address the cultural identity of this host community, belonging to the so called Mundo Maya, as a distinguishing feature that can be highlighted in tourism products, as part of a strategy of differentiation that allows it’s enhancement and integration.

Research is currently underway, is in the development phase of research tools to obtain further results.

Keywords: cultural identity, diversity of supply, cruise tourism, Puerto Progreso, Yucatan.

1. INTRODUCCION

El turismo de cruceros en México ha tenido gran relevancia económica, especialmente en los puertos del Mar Caribe y el Golfo de México, ubicados dentro del área denominada como Caribe del Oeste para su comercialización. Los puertos del Caribe del Oeste que pertenecen a México son Cozumel, Majahual y Puerto Progreso. Este último se ubica al Norte de la Península de Yucatán, a 32 km de la Ciudad de Mérida, dentro del Golfo de México, por lo que resulta el más cercano a Florida (Anda, 1999) y a los puertos de Galveston, Houston, Nuevo Orleáns, Biloxi, Mobile y Tampa en EE.UU. (API Progreso, s.f.).

Además de esta privilegiada localización, Puerto Progreso es uno de los accesos marítimos, al denominado Mundo Maya. Mundo Maya comprende una extensión de 241,784 Km^{2}, atendida por uno de los Programas Regionales de la Secretaria de Turismo federal (Sectur), con el objeto de impulsar el desarrollo regional y consolidar el turismo en los estados de Campeche, Chiapas, Quintana Roo, Tabasco y Yucatán. A este instrumento se suman los esfuerzos de la Organización Mundo Maya (OMM), creada en 1992, por medio de un convenio entre México, Belice, El Salvador, Guatemala y Honduras. La OMM apoya el desarrollo del turismo en un territorio de aproximadamente 500.000 Km^2, que incluye la extensión territorial del Programa Regional de la Sectur. Sin embargo, la prioridad de la OMM es proteger el frágil medio ambiente de la región y mejorar las condiciones de vida de los grupos sociales vulnerables, a través del ecoturismo (OMM, 2002). Conforme a las declaraciones de esta organización, responde a una nueva visión del desarrollo a partir de una perspectiva regional, que toma en cuenta los fuertes vínculos sociales, culturales y ecológicos que caracterizan a Centroamérica y al Sur de México, razón por la que suponen al ecoturismo como una solución prioritaria en el territorio.

A trece años de tales planteamientos, algunos de los actores clave de la región concluyeron que la marca Mundo Maya no termina de despuntar, por la carencia de conectividad aérea y terrestre, la ausencia de complementariedad de la oferta turística, la falta de un plan maestro y los esfuerzos aislados en materia de promoción (Foro Nacional de Turismo, 2015). Así mismo, Sectur (2008) observó que la oferta de productos turísticos de los puertos mexicanos no está diferenciada, además de ser reducida, por ello, ésta pueden ser fácilmente sustituida en los itinerarios de las líneas de crucero.

Por lo anterior, se realizó un comparativo de arribos de cruceros y pasajeros entre los años 2007 hasta 2014. Como se observa en la figura 1, el año 2008 fue el que registró el mayor número de arribos tanto de embarcaciones como de pasajeros en el periodo.

Figura 1: Arribo de embarcaciones y pasajeros durante el periodo 2007-2014.

Fuente: elaboración propia con informacón de API Progreso (2015).

El comparativo muestra que el arribo de cruceros tuvo una tasa de decremento del 33.75%, mientras que el arribo de pasajeros en este mismo periodo tuvo una tasa de decremento del 17.44%. Acerca del gasto promedio, según datos de Business Research & Economic Advisors (2007) para el periodo 2006-2007, el gasto promedio fué de $53.09 dólares, para el periodo 2013 – 2014 la SCT (s.f.) reportó que este ha sido de entre 41 a 60 dólares por pasajero, la tasa de decremento entre los peridoso es del 4%.

Por otra parte, se realizó un análisis sobre la oferta turística de excursiones de playa para el segmento, a partir de lo reportado por API Progreso (2006, 2007, 2010,2011, 2012 y 2013) para los años 2003, 2006, 2007, 2010, 2011 y 2013, se observó que tanto el número de excursiones como el número de atractivos culturales que destacaban la identidad cultural regional disminuyeron de un 75.5% entre 2006 y 2010 a un 23.8% en 2013.

Por lo anterior resulta propicio revisar cuales de los elementos de la identidad cultural de su población pueden ayudar a conformar una oferta diferenciada del resto de los puertos del Caribe.

2. METODOLOGÍA

Se realizó una investigación aplicada de corte mixto, que incluyó una revisión documental asi como entrevistas a actores clave, basada en Lorenzana (2013), con la cual se obtuvo el primer acercamiento a los elementos identitarios de la comunidad receptora de Puerto Progreso. Posteriormente se procedióa levantar un inventario de recursos y atractivos, basado en Martínez (1999) y Ortega (2011) con modificaciones a partir del Banco Mundial y de Sectur (2005) y Boullón (2005). Con lo que se tuvo una primera caracterización que se validó con los resultados de las entrevistas. Esta información se contrasta con los resultados arrojados por la caracterización de la demanda.

A continuación se exponen los resultados de la investigación de campo realizada durante los meses de abril y mayo de 2015, con objeto de identificar elementos de la identidad cultural, que puedan integrar nuevos productos turísticos.

3. PUERTO PROGRESO, YUCATÁN

Puerto Progreso se localiza en el Golfo de México al noroeste del estado, en el municipio del mismo nombre, con Lat. 21º 16´58´´N, Long. 89º39´49´´ W, a 36 km al norte de Mérida, la capital del estado, surgió en 1871 por decreto oficial, dada la necesidad de que la aduana, ubicada en Sisal, fuera transferida a un nuevo lugar para incrementar el comercio en todo el estado, así como el abastecimiento de la Península de Yucatán. Cobró importancia a partir de la exportación del henequén y permitió la comunicación marítima entre la ciudad de Mérida y EE.UU.. El municipio de Progreso en la actualidad, es la base de una importante industria pesquera, y cuenta con las Áreas Naturales Protegidas: Parque Nacional Arrecife Alacranes y Reserva Estatal Ciénegas y Manglares de la Costa Norte de Yucatán.

3.1. Equipamiento

El equipamiento turístico de Mundo Maya en México se integra por 135 mil habitaciones, con una ocupación que pasó del 47% al 52.6% entre los años 2009 al 2013, respectivamente, en 2,800 establecimientos; el área presentó un incremento en llegadas de turismo nacionales del 14% (Espinosa, 2015). Sin embargo la conectividad aérea es limitada, hasta julio de 2015 se inauguró la ruta Tuxtla Gutiérrez-Merida-Tuxtla Gutiérrez; con dicha ruta se espera enlazar al Mundo Maya con Cuba, República Dominicana y Jamaica en octubre de este año. En este sentido, el estado de Yucatán pasó de 12,000 a 19,000 asientos de avión en los últimos tres años (Notimex, 2015). El estado de Yucatán cuenta con al siguiente infraestructura marítimo-portuaria: Celestún, Sisal, Chuburná, Yucalpetén, Progreso, Telchac, Chabihau, Dzilam de Bravo, San Felipe, Río Lagartos, Las Coloradas y El Cuyo, que se ubican en los ocho municipios con costa del estado, sin embargo Puerto Progreso es considerado como uno de los dieciséis principales puertos de altura de México, por su actividad económica de exportación y actualmente se encuentra en el sexto lugar de recepción de turismo de cruceros (Sectur, 2015).

Progreso de Castro constituye la principal localidad del municipio de Progreso: floreció a partir de los años cincuenta como destino turístico, y desde 1998 es visitado por cruceros. Su equipamiento turístico se integra por 619 habitaciones de hotel, dos centros vacacionales, el parador ecoturístico El Corchito, una pista de remo y cabotaje, un puerto de altura que alberga la terminal especializada de cruceros, un malecón internacional recientemente modernizado en el que se ubican siete restaurantes y tres hoteles con acceso a la playa pública; así mismo, cuenta con cinco áreas de venta de artesanías.

Se encuentran cercanas las áreas naturales: El Corchito, Bocas de Dzilam, Ría Lagartos, El Palmar, Celestún, Parque Nacional Arrecife Alacranes, y las zonas arqueológicas: Dzibilchaltún, Uxmal y Chichén Itzá. La localidad de Progreso está comunicada por vía terrestre con la capital Mérida y con el aeropuerto internacional de Mérida, así como con los municipios como Chicxulub Pueblo, Hunucmá, Sinanché, Telchac Puerto, entre otros, a través de la carretera Mérida- Progreso.

3.2. Demanda turística

La demanda turística de Puerto Progreso se integra por el turismo de segunda residencia proveniente de la Ciudad de Mérida y municipios cercanos, por jubilados provenientes de EE.UU. y Canadá, y por el turismo de cruceros que se origina a partir de las líneas navieras estadounidenses con embarcaciones cuyo *homeport* se ubica dentro del Golfo de México como Nuevo Orleans o Galveston, en especial la línea Carnival Cruise Line, que

ha visitado el puerto de manera regular con al menos dos arribos por semana desde 2008 (API Progreso, s.f.); y por la línea Pullmantur Cruises que entre los años 2010 y 2015 ha establecido de manera temporal homeport en PuertoProgreso (Cardenas, 2015).

API Progreso (comunicación personal, 21 de abril, 2015) reportó para 2013 y 2014 un promedio 3,100 pasajeros y 900 tripulantes por embarcación, con una estancia en puerto de siete horas para las líneas de crucero regulares. La SCT (s.f.) detectó la compra de productos como souvenirs y artesanías, alimentos y bebidas, masajes, paseos en kayak y paseos en moto acuático. Se recibió un total de 104 arribos de embarcaciones durante 2014 y se esperan 119 arribos en total para 2015 (API Progreso, 2015).

3.3. Organización del turismo de cruceros

El turismo de cruceros en México se encuentra regulado a través de la Ley de Puertos y la Política Pública de Cruceros (Sectur y SCT, 2004), con instrumentos como la Guía para facilitar el arribo de cruceros a puertos marítimos (Sectur y SCT, 2006), las Agendas de Competitividad para Impulsar la Actividad de Cruceros en Puertos (Sectur y SCT, 2008) de las que se desprende la conformación de los Comités locales de cruceros en cada destino y sus atribuciones.

Progreso cuenta con un Comité Local de Cruceros, integrado por representantes de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT), de la Secretaría de Fomento Turístico de Yucatán (Sefotur), representantes de API Progreso, del H. Ayuntamiento de Progreso y de la Terminal Especializada SSA México. Por las entrevistas realizas se sabe que el Comité se reúne cada dos meses y sus funciones principales son la propuesta de ideas para dar solución a problemas diversos relacionados con el segmento, la realización y seguimiento de acuerdos con líneas de cruceros y otras instancias, la representación conjunta de Puerto Progreso en distintos eventos promocionales, el monitoreo de la actividad y la recolección y ordenamiento de datos estadísticos, entre otras.

Los objetivos de la gestión de Puerto Progreso como destino de cruceros, a través del Comité Local de Cruceros, que destacaron los actores clave entrevistados, son incrementar el número de líneas de cruceros que arriban o utilizan el puerto como *homeport* —puerto de embarque y desembarque—, elevar el número de arribos de embarcaciones y de pasajeros; e incrementar la diversificación de la oferta para los distintos mercados que atiende el puerto en general, objetivo que permea solo como discurso desde la SCT, API Progreso y la Sefotur al resto de los actores que se integran en el segmento turístico, quienes no especifican acciones concretas para llevarlo a cabo.

3.4. Hallazgos sobre la oferta para el turismo de cruceros

La oferta de productos turísticos para cruceros se concentran en cuatro turoperadores principalmente: Aviomar Adventours Cruise Excursions, Explora, Total Gusto y Tierra Bonita, quienes trabajan actualmente con Carnival Cruise Line. Las excursiones que ofrecen incluyen recorridos en la localidad de Progreso, en la ciudad de Mérida, visitas a las zonas arqueológicas de Chichén Itzá, Dzibilchaltún, Uxmal, Xcambó, a lugares de atractivo natural como el mirador de aves Uaymitún, tres cenotes en el municipio de Cuzamá y la salinera artesanal Xtampú. Otros lugares visitados son el Club de Golf La Ceiba y el Rancho Tierra bonita, en este último, se realizan charreadas y espectáculos ecuestres. Gran parte de las excursiones ofertadas incluye pasadías en los clubes de playa en Progreso y Telchac, donde se tiene acceso a las instalaciones del club y a barra libre nacional.

Se detectó entre los turoperadores que no trabajan con la línea Carnival —como Autoprogreso, que además provee el servicio de traslado de la terminal de cruceros a la ciudad—, que realizan recorridos tanto en Progreso como en Mérida, visitas a las zonas arqueológicas y atractivos naturales previamente mencionados, e incluyen visitas al Parador Ecológico El Corchito y la Ex-hacienda Yaxcopoil.

Sin embargo la colaboración de turoperadores con las cooperativas locales, se reduce a la contratación de las cooperativas Ría de Progreso y Populismo Chuburná , en el caso de Aviomar, para proveer el servicio de paseos en el manglar.

Debido a la temporalidad del estudio de campo no se identificó a los turoperadores que trabajan con Pullmantur Cruises, línea que arribó al puerto en los meses de junio a agosto de 2015.

Con respecto a la oferta de artesanías, se encontró que, tanto en la terminal de cruceros como en la localidad de Progreso la oferta se compone primordialmente de piezas elaboradas en el centro del país, como sarapes, tallas en piedra con temas teotihuacanos, sombreros de charro, caballitos para beber tequila, máscaras de luchadores, mochilas de lona y camisetas con logotipos donde destaca el de la NFL, joyería de chaquira; la oferta también incluye figuras de cerámica con temas diversos, así como tallas en madera dorada y estofada y textiles provenientes de Chiapas.

Se encontraron colgantes tallados en hueso y piedra, adornos elaborados en concha y coco, tallas en madera como chocolateras, morteros y máscaras que incluyen símbolos mayas, Figuras de cerámica con temas regionales, extracto de vainilla, ropa y hamacas. Se considera que estas artesanías son de producción local.

Se debe destacar que en la localidad de Progreso de Castro se comercializan corales, estrellas de mar, esponjas y caracoles de diversas especies marinas, sin embargo, los comerciantes desconocen la forma en que se regula su aprovechamiento. No se encontraron medidas de manejo en las áreas de extracción de las especies, basándose en estudios de densidad de poblaciones, ciclo de vida y comportamiento de cada especie, para minimizar el impacto de esta actividad en el medio ambiente.

4. DE LOS ELEMENTOS DE LA IDENTIDAD CULTURAL

Con la finalidad de identificar los elementos identitarios valorados por la comunidad receptora se revisó la conceptualización de la variable identidad cultural, a través de autores como Memmi (1999), Giménez (2007), Alejos (2006), Molano (2006 y 2008) y De Uña y Villarino(2011), se deteminó que identidad cultural se refiere al conjunto de valores, instituciones y rasgos distintivos como creencias y prácticas que rigen la vida colectiva y son compartidas por un grupo humano, estos conforman un corpus de significados que es heterogéneo, dinámico y modificable, que los individuos interiorizan como parte de una historia común. Esta historia es construida con base en las necesidades presentes, es coherente, operativa y permite al grupo explicar y soportar su realidad, pues surge de la memoria colectiva del grupo y puede incluso, en gran medida, llegar a ser una construcción imaginaria, que da forma a diversas manifestaciones culturales de la vida cotidiana y las prácticas sociales. La identidad cultural de una comunidad se refleja en elementos del territorio como el paisaje, la naturaleza, el patrimonio natural y cultural, así como las instituciones que la rigen.

4.1 Determinación de elementos identitarios

Una vez definida la variable de identidad cultural se buscaron los elementos que integran la identidad cultural de los habitantes contemporáneos de Yucatán por medio de autores como Franco (1999), Hervik (2002), Alejos (2006), Toledo et al. (2007), Estrada (2009), Quiroz (2009) y Guzmán (2013). Para Puerto Progreso y el área de la Península de Yucatán se identificó la relación y pertenencia a la naturaleza del pueblo maya, sus costumbres y fiestas, su lengua, las preparaciones culinarias y la concepción de los modos de vida en la región, así como los espacios y su uso ya sea ritual, festivo, de ocio, así como los lugares en los que los habitantes reconocen estos elementos de identidad.

Se realizó la valoración de recursos y atractivos turísticos para el segmento a través de un inventario, aplicado en la localidad de Progreso y los municipios aledaños. El área registrada, abarcó cerca de 165 km a la redonda del puerto, debido a que el atractivo más alejado, Chichén Itzá, se ubica a esta distancia. Los municipios considerados para el inventario fueron Progreso, Dzityá, Mérida, Telchac Puerto, Dzemul, Umán, Tixkokob, Motul, Sinanché, Sotuta de Peón, Cuzamá, Hunucmá, Izamal, Dzilam de Bravo, Dzidzantún, Homún, Santa Elena, Celestún, y Ticúm.

Por medio del inventario de recursos y atractivos se identificaron veinticuatro elementos representativos de la identidad cultural en Puerto Progreso conforme a siete áreas,,esto se muestran en la tabla 1.

Tabla 1. Elementos representativos de identidad cultural en Puerto Progreso

Áreas	Elementos representativos
Denominaciones y nombramientos	• Puerta de Entrada al Mundo Maya • Puerto de Paz
Lugares representativos	• El faro, el muelle y el malecón • El Corchito • La playa • Casa del pastel
Celebraciones	• Carnaval del Mar • Hanal Pixan
Gastronomía y enología	• Pulpo en su tinta • Ceviche de pulpo o pescados y mariscos • Mero en Tikin Xic • Agua de horchata • Cerveza Montejo • Xtabentún
Música/baile	• Trova • Jarana
Artesanías	• Concha • Coco
Especies representativas	• Pulpo • Calamar • Pepino de mar • Mero • Aves marinas • Flamenco rosado

Fuente: Elaboración propia a partir de entrevistas a actores clave e inventario de recursos y atractivos.

El criterio para analizar los recursos y atractivos fue que los elementos se reconocieran por la población como parte de su identidad cultural, las manifestaciones de cultura viva (existencia de artesanías, ritos, alimentos y bebidas típicas, bailes, música, textiles, medicina alternativa y lengua indígena) y la factibilidad de ser aprovechados (facilidad de acceso desde el puerto, diferenciación del recurso o atractivo, continuidad, permanencia,

nivel de conservación, equipamiento y servicios complementarios y actividades factibles a realizar).

El inventario se concentró en los elementos de la cultura viva que se presenta en los recursos y atractivos, además de los elementos de identidad cultural, identificados por los actores clave, como característicos de la región. En los resultados destaca que estos elementos se relacionan con la animalidad o identificación del pueblo maya con la fauna, como importantes pobladores de la naturaleza y como personajes de su cosmogonía, es decir los relatos y creencias con que los antiguos mayas explicaban el origen del universo, la creación del mundo y sus dioses.

Se detectó en las entrevistas, que los habitantes al mencionar estos elementos hacían remembranza a la pesca, como una de sus actividades principales y a la bonanza del henequén que transformó al puerto. De esta última el viaducto que une al puerto con la costa es la referencia física más mencionada, sin embargo un elemento diferenciador menos nombrado es el estilo arquitectónico de aquella época, que conservan algunas construcciones del área del malecón, frente a la playa, construidas como segundas residencias para el veraneo de la población de los municipios cercanos. Entre los hechos históricos de que se tiene registro como acaecidos en el municipio, destaca la caene el veraneo de la población de los municipiosnternacional, según comentan los entrevistados, que puede ser otro elemento diferenciador, como ya sucede durante el equinoccio de primavera y la pirámide de Kukulcán, ubicada dentro de la zona arqueológica de Chichén Itzá

4.2. La diferenciación de la oferta turística para cruceros

Con base en los resultados del inventario de recursos y atractivos se identificaron recursos y atractivos con un alto grado de elementos de identidad cultural entre sus componentes ejemplo de ello son el recurso Reserva Ecológica El Corchito, relacionada con el elemento de identidad cultural animalidad, por el respeto y consideraciones que observan de los encargados y la relación que tienen con la selva y la fauna que lo habita (mapaches, coatíes, abejas, diversas aves y peces, así como visitantes esporádicos como víboras de agua y cocodrilos). Destacan también recursos como la preparación el Mero en Tikin Xic a base de los tradicionales recados yucatecos —mezcla de especias para aderezar preparaciones culinarias—, con elementos de identidad cultural relacionados con la tradición y los productos locales.

Destacan también los atractivos Pueblo Mágico de Izamal y Mérida y entre los recursos, el Carnaval del Mar, con elementos de identidad cultural relacionados con los lugares de identidad, tradiciones, religiosidad y productos locales, mientras que los recursos y atractivos con elementos de identidad cultural relacionados con los lugares de identidad, tradiciones, religiosidad, productos locales y cosmogonía destacaron el Gran museo del Mundo Maya y el Malecón Internacional de Progreso.

Puerto Progreso es el único elemento que engloba los seis elementos de identidad cultural con el parador ecológico El Corchito, los productos locales como el pulpo, las tradiciones como el Carnaval del Mar, la religiosidad con el Hanal Pixan — la fiesta tradicional de muertos en la Península de Yucatán—, y las creencias que en él se manifiestan, así como la cosmogonía reflejada en las tradiciones, religiosidad, y en la comisaría de Chicxulub, ubicada en el municipio de Progreso, el cráter del meteorito que se dice provocó la extinción de los dinosaurios.

Con respecto a la cultura viva los recursos culturales con mayor relevancia resultaron el Carnaval del Mar en Progreso y el Hanal Pixan. Para el primer recurso se detectó que la línea de cruceros Carnival cambia las embarcaciones regulares por otras que admiten mayor número de pasajeros, durante la temporada de celebración. La celebración del Carnaval del Mar es percibida por los actores clave como cada vez más grande y vistosa.

Por lo antes mencionado, se observa conveniente, que se integren estos elementos a los aspectos promocionados del puerto y se solicite a las líneas de crucero que la estancia en puerto en estas épocas pueda ampliarse, dados los eventos nocturnos que acompañan las celebraciones.

Por otra parte, la celebración del Hanal Pixan ya forma parte de la oferta turística de Quintana Roo por parte del Grupo Xcaret — por medio de una delegación yucateca, auspiciada por el gobierno del estado, que muestra a los visitantes del parque como se celebra la creencia de que cada año las almas de los difuntos reciben permiso para visitar a los vivos— este recurso cultural no está integrado a la oferta turística de Puerto Progreso en Yucatán.

5. RECOMENDACIONES PARA EL APROVECHAMIENTO DEL TURISMO DE CRUCEROS EN PUERTO PROGRESO, YUCATÁN

Teniendo en cuenta lo antes expuesto, se recomienda que arribo de cruceristas se promueva de manera mesurada, conforme a la capacidad real de Puerto Progreso de atender y aprovisionar embarcaciones, y ante la falta de integración y organización entre servidores turísticos e instancias reguladoras para atender grandes cantidades de visitantes, que fue detectada durante el trabajo de campo, así como la existencia de conflictos de intereses entre servidores turísticos, artesanos, proveedores de servicios complementarios, entre otros, que dañan la imagen del destino.

Se observa urgente la realización de acuerdos y de estrategias conjuntas y coherentes que puedan ser mantenidas a mediano y largo plazo para el aprovechamiento del segmento y su impacto en la conservación y continuidad de los recursos del municipio. En especial se requiere de acciones para mantener la limpieza y orden de la Ciudad de Progreso de Castro y sus playas, así como a dar mantenimiento continuo al equipamiento turístico existente y aprovecharlo como una fortaleza del destino para mantener el sentido de pertenencia a la población residente.

Con respecto a la oferta de artesanías se recomiendan acciones para contar con artesanía local de calidad, coherente con la identidad cultural de los habitantes. La carencia de una imagen de destino, afecta a toda la comercialización de la oferta turística, que se muestra desordenada y sin respeto al ecosistema marino que predomina y permea en la identidad.

De igual forma se sugiere realizar análisis de capacidad de carga del destino y su área de influencia, en especial para reducir el impacto de las actividades del segmento en las Áreas Naturales Protegidas y lugares que en los que la cultura viva prevalece, con los efectos que el turismo de masas puede tener en ellos.

También resulta urgente la vinculación entre los turoperadores turísticos y las cooperativas que gestionan los recursos, para llegar a transacciones justas, de las que dependen que en el futuro los elementos de identidad cultural y la cultura viva, como los mencionados anteriormente, que puedan integrarse a la oferta como experiencias para los turistas. En este sentido el Programa Regional Mundo Maya incluye como una de sus cuatro líneas

estratégicas el fortalecer la integración del producto turístico regional fomentando la sustentabilidad y el desarrollo de la región.

Sin embargo no se detectaron acciones específicas, por parte de las instancias participantes en las entrevistas, para poner en valor los recursos que gestionan las cooperativas locales o mecanismos para la integración de nuevos productos, y la distribución equitativa de los beneficios que genera la oferta para el segmento. Debe mencionarse que conforme a lo comentado por los actores clave, las líneas navieras retienen el 70% de los ingresos de las excursiones, provocando que las cooperativas del área —que se han desarrollado con el apoyo de la Secretaría de Desarrollo Urbano y Medio Ambiente y de la Secretaría de Fomento Turístico del estado— que realizan actividades alternativas a la pesca durante las temporadas de veda, sean objeto de cohersión por parte de los turperadores, sujetos a las mismas presiones, para mantener sus precios a niveles poco viables operativamente, dados a los métodos de manejo sustentable de la biodiversidad y su aprovechamiento entre los grupos mayas en la Península (Toledo et al., 2007).

6. CONCLUSIONES

Los elementos de la identidad cultural de la comunidad de Progreso previamente analizados, pueden ayudar a conformar una oferta diferenciada para el segmento de turismo de cruceros, siempre y cuando se lleguen a transacciones justas para la comunidad, de lo contrario los recursos y atractivos identitarios pueden ser banalizados en su comercialización y llegar a su desaparición.

Debido a que no se cuenta con estrategias integrales de desarrollo para el segmento, que acerquen los intereses de las líneas de cruceros con los de la población de la región, y a que el destino carece de una imagen, de un plan maestro y de conectividad, entre otros, los actores clave perciben que las líneas de crucero son quienes deciden cómo sucede y quiénes participan de los beneficios del segmento.

Para diferenciar la oferta del segmento, la comunidad receptora debe transformarse y pasar de ser un proveedor de recursos de la API Progreso y los turoperadores, a conformarse en actores propositivos de un proyecto de futuro, por medio de la determinación de acciones concretas de su Comité Local de cruceros, quien debe tomarlos en cuenta como parte de las decisiones y tomar conciencia de que la oferta actual tiene como sustento la biodiversidad de su región — donde se localizan los atractivos y los servicios turísticos, entre otras funciones, que se soportan a través de una estructura de dependencias federales, estatales y municipales, así como de cámaras y asociaciones empresariales, y especialmente de la comunidad receptora, a quien pertenecen tanto los recursos, como los atractivos que el visitante disfruta y aprovecha durante su estancia—.

Los resultados de este estudio de campo permitirán realizar una propuesta para la integración de nuevos productos turísticos, que será parte de una siguiente investigación. El hilo conductor para el tema de productos se perfila en la gastronomía y enología si como en festivales entorno a la música y las especies marinas representativas.

BIBLIOGRAFÍA

ADMINISTRACIÓN PORTUARIA INTEGRAL DE PROGRESO S. A. DE C. V., SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES. (s.f.): *Programa Maestro de Desarrollo de Puerto Progreso y Puertos Pesqueros de Yucatán, 2009 – 2014*. México: Autor.

ADMINISTRACIÓN PORTUARIA INTEGRAL DE PROGRESO S. A. DE C. V. (2006). *Arribo inaugural en Puerto Progreso del crucero Ecstasy de la naviera Carnival.* México: Autor.

ADMINISTRACIÓN PORTUARIA INTEGRAL DE PROGRESO S. A. DE C. V. (2007). *Progreso comienza el año con el arribo de 3 cruceros.* México: Autor.

ADMINISTRACIÓN PORTUARIA INTEGRAL DE PROGRESO. SONIA TAMÉS ARENAS. (14 de enero, 2008). Progreso líder en recepción de cruceros en el 2007. México: Presidencia de la República.

ADMINISTRACIÓN PORTUARIA INTEGRAL DE PROGRESO S. A. DE C. V. (2010). *LÍNEA DE CRUCEROS EUROPEA ARRIBA A PROGRESO.* México: Autor.

ADMINISTRACIÓN PORTUARIA INTEGRAL DE PROGRESO S. A. DE C. V. (2011). *Puerto Progreso, segundo año como Homeport de la ruta del caribe maya.* México: Autor.

ADMINISTRACIÓN PORTUARIA INTEGRAL DE PROGRESO S. A. DE C. V. (2012). *Progreso recibe al M/V Silver Spirit de Silversea Cruises.* México: Autor.

ADMINISTRACIÓN PORTUARIA INTEGRAL DE PROGRESO S. A. DE C. V. (2013). *Puerto Progreso, da la bienvenida al crucero M/V Caribbean Princess.* México: Autor.

ADMINISTRACIÓN PORTUARIA INTEGRAL DE PROGRESO S. A. DE C. V., *Serie Anual de movimiento Portuario* (actualización del mes de agosto de 2015 en http://www.puertosyucatan.com/es/historicasdetalle.htm). México.

ALEJOS, J. O. (2006): “Identidad Maya y globalización”. *Estudios de Cultura Maya*. Volumen 28, pp. 57-71.

BANCO MUNDIAL, SECTUR (2005): Evaluación *ambiental estratégica del sector turismo en México*. (s.l.): Enviromental Resources Management.

BUSINESS RESEARCH & ECONOMIC ADVISORS. (2007). *Aportación económica del turismo de cruceros en México: Un Análisis basado en Encuestas de los Impactos de los Gastos de los Pasajeros, la Tripulación y las Líneas de Cruceros, Volumen 1 Análisis del Impacto.* BREA, EE.UU.

BOULLÓN, R. (2005): *Planificación del espacio turístico*. México: Trillas.

ESTRADA, A.C. (2009): “Naturaleza, cultura e identidad: reflexiones desde la tradición oral maya contemporánea”. *Revistas UNAM.* Volumen 4.

FANZINI, D., ROTARU, I. (2012): The Italian cultural District as a model for sustainable tourism and territorial development. Journal of Tourism Challenges and Trends. 5(2), pp. 11-34.

FRANCO, S.R. (1999): “Etnicidad y jerarquía: la formación histórica de la sociedad poliétnica en Yucatán”. *Dimensión Antropológica.* Volumen 17, pp. 37-65.

GIMÉNEZ, G. (2007): *Estudios sobre la cultura y las identidades sociales*. México: CONACULTA-ITESO.

GOVERS, R., GO, F. M. (2004): "Cultural identities constructed, imagined and experienced: a 3-gap tourism destination image model". *Tourism*. Volumen 52(2), pp. 154-182.

GUZMÁN, M. G. (2013): "Lengua e identidad entre los mayas contemporáneos de Yucatán". *Anales de Antropología*, Volumen 47 (1), 57-71, ISSN: 0185-1225

CÁRDENAS I./SIPSE. En prensa (2015) *Crucero de Pullmantur hace un 'viraje' y cambia de ruta.* Milenio

LORENZANA, O. (2013): Tesis de maestría. *El aprovechamiento de los espacios rurales para actividades turísticas caso Paso Real, Municipio de Coyuca de Benítez, Guerrero*. México: Escuela Superior de Turismo del Instituto Politécnico Nacional.

MARTÍNEZ, T. (1999): *Manual para la identificación, formulación y evaluación de empresas de turismo rural en México*. México: Centro de Estudios en Turismo.

MEMMI, A. (1999): "Las fluctuaciones de la identidad cultural". *Política y cultura*. Volumen 11, pp. 127-141.

MOLANO, O. L. (2008): "Identidad cultural un concepto que evoluciona". *Revista Ópera*. Volumen 7 pp, 69-84.

MOLANO, O. L. (2006): *La identidad cultural, uno de los detonantes del desarrollo territorial, Proyecto Desarrollo Territorial con Identidad*. (s.l.): Territorios con identidad cultural MIMSP

NOTIMEX (en prensa) (julio 2015): *Nueva ruta busca conectividad aérea entre Mundo Maya mexicano*. México: Diario de Yucatán.

NUNES, C. (2007): "Somos lo que comemos: identidad cultural, hábitos alimenticios y turismo". *Estudios y Perspectivas en Turismo*. Volumen 16(2), pp. 234-242.

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO. (2008): *Turismo de cruceros: situación actual y tendencias*. Madrid: Autor.

ORGANIZACIÓN PARA LA COOPERACIÓN Y EL DESARROLLO ECONÓMICOS. (2009): *El impacto de la cultura en el turismo*. (s.l.).:Autor

ORTEGA, D. (2011): Tesis de maestría. *Propuesta para la implementación de actividades de agroturismo en la comunidad de Capula, Mineral del Chico, Hidalgo*. México: Escuela Superior de Turismo del Instituto Politécnico Nacional.

PORTER. M.E. (2012): *Ventaja competitiva: creación y sostenimiento de un desempeño superior*. México: Grupo Editorial Patria.

QUIROZ, H. (2009): "Turismo, arquitectura e identidad urbana: el caso de tres ciudades en la Península de Yucatán, México". *Topofilia. Revista de Arquitectónica, Urbanismo y Ciencias Sociales*. Volumen 1(3).

REQUEJO, J. (2007): "La diferenciación y el reforzamiento de la identidad basados en la naturaleza, la cultura y el paisaje como factores de competitividad turística". *Estudios turísticos*. Volumen 172-173(1), pp. 115-120

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES. COORDINACIÓN GENERAL DE PUERTOS Y MARINA MERCANTE (s.f.). *Estudio del perfil y grado de satisfacción de pasajeros en cruceros Carnival 2014*. Autor: México.

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, SECRETARÍA DE TURISMO. (2004): *Política Pública de Cruceros en México*. México: Autor.

SECRETARÍA DE DESARROLLO URBANO Y MEDIO AMBIENTE, YUCATÁN. (s.f.). *Carta Urbana Municipio de Progreso*. México: Autor.

SECRETARÍA DE TURISMO. DATATUR. (2015) *Resultados de la Actividad Turística, México, Enero 2015. México.*

SECRETARÍA DE TURISMO, SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES. (2006): *Guía para facilitar el arribo de cruceros a puertos marítimos en México*. México: Sectur, SCT.

SECRETARÍA DE TURISMO, SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES. (2008): *Agendas de competitividad para impulsar o mejorar la actividad de cruceros en Puertos de México*. México: Sectur, SCT.

TOLEDO, V.M., BARRERA, N., GARCÍA, E. Y ALARCÓN P. (2007): “Manejo y uso de la biodiversidad entre los mayas yucatecos”. *Biodiversitas.* Volumen70, pp. 10-15.

UÑA, M., VILLARINO, M. (2011):“Configuraciones de identidad en territorios del turismo, condiciones generales en Galicia”. *Cuadernos de turismo*, Volumen 27, pp. 259-272.

VARILLAS, A. (en prensa) (2015): *Piden a Sectur relanzamiento de marca 'Mundo Maya'*. México: El universal

REINVENCIÓN DE DESTINOS TURÍSTICOS. ESTRATEGIAS Y POLÍTICAS

Perspectiva para la gestión integral de un destino turístico: Mahahual, Costa Maya, Quintana Roo, México

Dra. Bonnie Lucía Campos Cámara
Ma. Angélica González Vera

Universidad de Quintana Roo. México

RESUMEN
La gestión integral es un tema de gran importancia para los diferentes actores vinculados a un destino turístico. Las políticas turísticas encuentran en el destino la unidad de base de gestión. Mahahual es un destino turístico ubicado al sur del estado de Quintana Roo analizado como unidad base de gestión de acuerdo a lo expuesto por Josep-Francesc Valls (2004). Se realiza una reflexión y se plasma una propuesta de modelo sistémico de Mahahual tratando de expresar los elementos que forman parte del sistema turístico, sus interrelaciones y su relación con el ambiente externo. Aún falta incrementar estos estudios por la academia por la poca información generada, siendo necesario se transfiera a todos los niveles de gobierno con la finalidad de que sean aplicados. Mahahual como nuevo destino turístico tiene la posibilidad de no repetir el modelo que se observa en Cancún, la Riviera Maya y Cozumel.

Palabras claves: Gestión integral, Destino turístico, Modelo sistémico.

ABSTRACT
Integral management is a topic of relevant importance for the different actors linked to a tourist destination. Tourist politics found in destination the basic unit of management. Mahahual is a tourist destination situated in the south of the Quintana Roo state, which is analyzed as a unit of management according to Josep-Francesc Valls (2004). This article presents a reflection of the current situation in Mahahual and a proposal is stated of a systemic model of Mahaual trying to enumerate the elements that are part of the touristic system, its interrelationships and its relationship with the external environment. It is necessary to increase this type of studies by experts in this topic and the information generated should be spread at all levels of government so decision takers can apply the knowledge gained. Mahahual as a new tourist destination has the possibility of not repeating the model that can be observed in Cancún, la Riviera Maya and Cozumel.

Keywords: Integral management, Tourist destination, Systemic model.

1. MARCO CONCEPTUAL PARA ABORDAR LA GESTIÓN INTEGRAL DE UN DESTINO TURÍSTICO.

De acuerdo a Josep-Francesc Valls (2004) las políticas turísticas encuentran en el destino la unidad base de gestión. Para ello existen una serie de características que se deben tener presentes:

a. Espacio geográfico homogéneo: Espacio común, capaz de soportar objetivos de planificación, se identifica al destino con una localidad o con un núcleo turístico, una zona turística, un municipio, una región o cualquier espacio geográfico. El destino turístico se puede asociar a cualquier unidad territorial que tenga vocación de planificación y pueda disponer de cierta capacidad administrativa para desarrollarla.
b. La segunda característica del destino es que debe adquirir centralidad, debe ser un territorio que los viajeros tomen como objetivo de visita, por lo que el hecho de desplazarse constituye un elemento determinante de la experiencia turística. El criterio de centralidad que atrae a la gente se deduce la necesidad de que se produzca una masa crítica suficiente de turistas y visitantes que posibilite su desarrollo; donde cada destino deberá decidir cuál es la capacidad de carga que quiere para su territorio.
c. La tercera característica, es a partir de los atractivos y recursos disponibles y puestos en valor, el destino debe presentar una oferta estructurada al servicio de algunas determinadas satisfacciones de los clientes. Es decir, un sistema integrado en el que los recursos, los atractivos y las empresas se ofrecen en conjunto a los turistas, una serie de instalaciones y servicios que han sido diseñados para su satisfacción; la puesta en valor de los atractivos y activos de un lugar, se ordena en función de unas determinadas satisfacciones buscadas por los clientes.
d. La cuarta característica del destino es que debe existir una Marca que se presente en forma de imagen atractiva que simbolice toda la oferta y facilite su identificación en los mercados.
e. La quinta refiere sobre la función comercializadora, es decir, la presencia de una cooperación vertical en materia de marketing para todo el espacio geográfico del destino, articulada sobre la base de una visión estratégica o un plan conjunto.

Considerando estas características, la definición de un destino turístico de país, de región o de estado, de ciudad o de lugar como un espacio geográfico determinado, con rasgos propios de clima, raíces, infraestructura y servicios, y con cierta capacidad administrativa para desarrollar instrumentos comunes de planificación, que adquiere centralidad atrayendo a turistas mediante productos perfectamente estructurados y adaptados a las satisfacciones buscadas, gracias a la puesta en valor y ordenación de los atractivos disponibles; dotado de una marca, y que se comercializa teniendo en cuenta su carácter integral. (Josep-Francesc Valls, 2000). Para la Organización Mundial de Turismo (OMT, 2008) Se denomina **destino turístico** a una zona o área geográfica ubicada en un lugar lejano y que es visitada por el turista, cuenta con límites de naturaleza física, de contexto político y de percepción por parte del mercado. Desde el punto de vista empresarial, tanto estratégico como organizativo, el perímetro del destino lo constituyen las relaciones que se edifican entre el conjunto de unidades productivas que participan en la actividad turística. Sin embargo, Jafari (2000) condiciona la existencia de un destino turístico a la presencia

de tres aspectos: grandes unidades geográficas agrupadas o áreas que disponen de atracciones y servicios; población que durante la temporada turística aumenta extraordinariamente gracias a los visitantes, y economía dependiente, en un elevado porcentaje, de las transacciones que realizan los turistas. En este trabajo es importante partir de un modelo de enfoque sistémico para entender la funcionalidad de un destino turístico.

1.1 Modelo de enfoque sistémico.

Se consideran modelos sistémicos a aquellos que buscan expresar los elementos que forman parte del sistema turístico, sus interrelaciones y su relación con el ambiente externo. Buena parte de los modelos sistémicos está compuesta por conjuntos de elementos relativos a la oferta turística. Algunos casos incluyen también elementos relativos a la demanda y centran su atención en la interrelación oferta-demanda. Según Petrocchi (2001) el modelo propuesto por Inskeep describe al turismo por medio de un diagrama compuesto por tres niveles de elementos. El ambiente natural, cultural y socioeconómico ocupa una posición central, recibiendo el *status* de principal elemento del sistema turístico. En segundo plano están los elementos de la industria turística. En tercer lugar el modelo indica la posibilidad de consumo del producto turístico por visitantes al igual que por residentes.

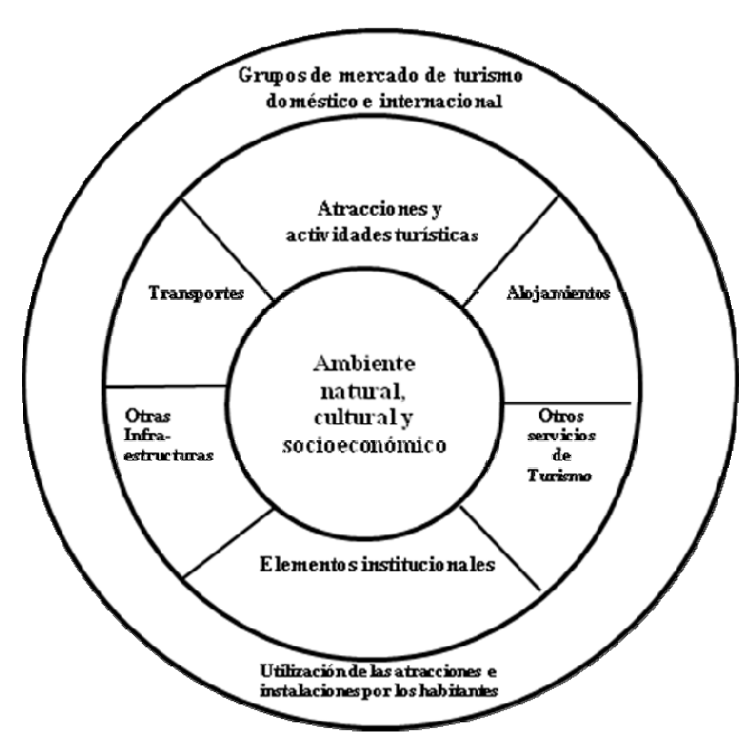


Figura 1. Modelo teórico de enfoque estructural de Inskeep (2001).

También existe el modelo estructural de origen brasileño propuesto por Beni en su tesis de doctorado (Beni, 1998), donde el autor propone un complejo Sistema de Turismo (SISTUR).

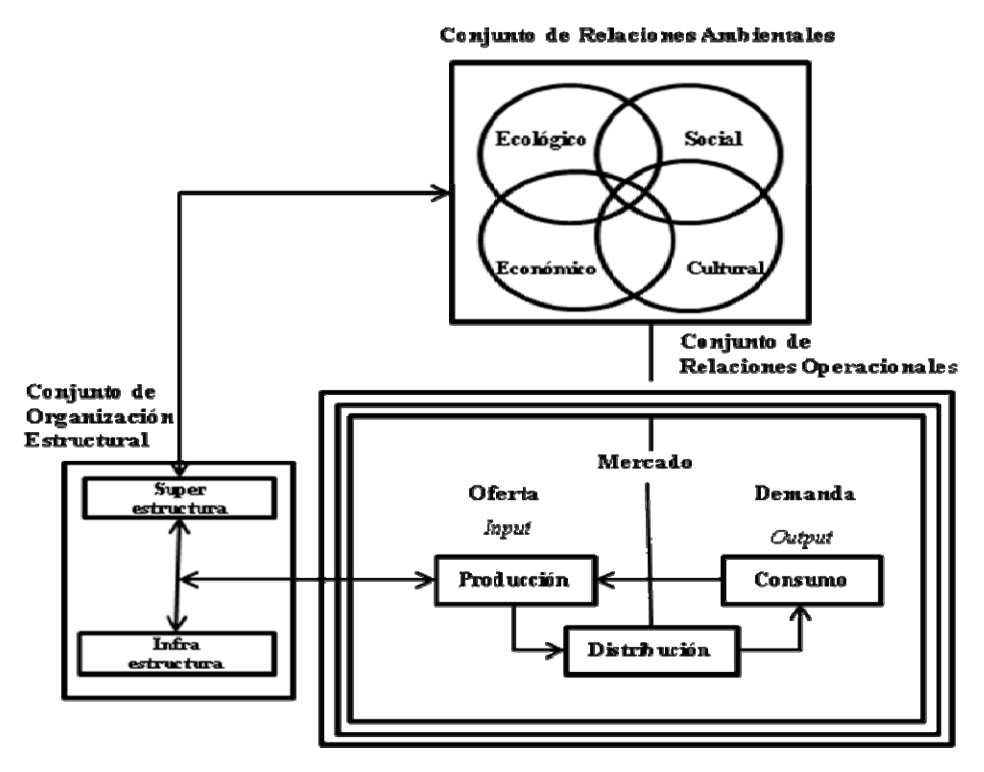


Figura 2. Modelo teórico de enfoque estructural de Beni (1988).

Este modelo selecciona los elementos del sistema turístico de manera bastante adecuada, evitando lagunas y superposiciones presentes en los modelos anteriormente citados. Los elementos son organizados y categorizados en tres diferentes conjuntos: de las Relaciones Ambientales, de la Organización Estructural, y de las Relaciones Operacionales. Para este trabajo los destinos turísticos deben caracterizarse con un enfoque integral y para ello se debe considerar su funcionalidad.

1.2 Funciones de un destino turístico.

Los destinos configuran estructuras urbanísticas, sociales, culturales, etc. en forma de red, a fin de alcanzar la mejor calidad de vida de los consumidores internos. De acuerdo a Josep-Francesc Valls (2004) las funciones que representan los destinos están relacionadas con cuatro objetivos:

1. Calidad de vida de sus ciudadanos, refiere aspectos como el uso del espacio para vivir, el uso del espacio para el intercambio; el uso del espacio para producir actividades económicas, uso del espacio para crear, compartir raíces y enriquecerse con otras, es el desarrollo cultural y formación, y el uso del espacio para desarrollar actividades de diversión, deporte, ocio y turismo.
2. Competitividad internacional, se relaciona con exportar, atraer capitales, convertirse en centro de acontecimientos de ámbito mundial ser vanguardista en tecnología y redes y atraer turistas y visitantes.
3. Desarrollo económico superior; el crecimiento de la industria del turismo y del ocio en el ámbito internacional permite deducir que la organización parcial o total de un territorio a su servicio permitirá un nivel de desarrollo superior a cualquiera de las combinaciones posibles de los distintos factores productivos.

4. Satisfacción; los destinos deben presentar paquetes de experiencia, entendidas como satisfacciones que los consumidores internos y externos alcanzan a través de los productos de naturaleza, patrimonio y cultura, deporte, aventura, descanso, cuidado del cuerpo, relación con la gente, etc., convenientemente estructurados.

1.3 La importancia de los Indicadores de Gestión Integral del Destino.

Es importante considerar que los indicadores actúan como testigos de la evolución y la consecución de objetivos concretos de planificación. Se trata de identificar los más adecuados para cada destino, de modo que, analizando su evolución de forma periódica, se pueda precisar si las medidas aplicadas son las adecuadas y si se alcanzan las metas parciales establecidas: Este tipo de indicadores se ha circunscrito a los siguientes grupos:

a. Indicadores económicos
b. Indicadores sociales
c. Indicadores medioambientales

2. EL CASO DE ESTUDIO: MAHAHUAL, COSTA MAYA

Herrero a Xcalak, en el municipio de Othón P. Blanco, estado de Quintana Roo, presenta ecosistemas de gran biodiversidad susceptibles de ser aprovechados para el desarrollo sostenible de las actividades productivas. Regionalmente la Costa Maya está rodeada de Áreas Naturales Protegidas de carácter federal y estatal (o en su caso las incluye parcialmente), tales como la Reserva de la Biósfera de Sian Kaan, la Reserva de la Biósfera banco Chinchorro, Arrecifes de Sian Kaan, Uaymil y la Reserva Estatal Santuario del Manatí Bahía de Chetumal. Mahahual forma parte de la Costa Maya, esta población que hasta fines del siglo XX fue una pequeña villa de pescadores poco conocida. Mahahual es ahora un destino turístico que analizado como unidad base de gestión de acuerdo a lo expuesto por Josep-Francesc Valls (2004) se describe de la siguiente forma:

a. Espacio geográfico homogéneo: Cumple al 100% ya que toda la Costa Maya de la cual forma parte soporta los objetivos de planificación que el gobierno del estado de Quintana Roo presenta en el decreto del Programa de ordenamiento ecológico de la región denominada Costa Maya (2000 y actualizado en 2007) y en el Programa de Desarrollo Urbano (17 marzo 2005). La idea gubernamental es generar fuentes de empleo y desarrollo social con base en la apertura de oportunidades empresariales que aprovechen la fortaleza de la biodiversidad local como potencial para nuevos segmentos turísticos, y la condición de zona estratégica en la Cuenca del Caribe y Frontera con los países de Centroamérica. Ver figura 3.

b. En cuanto a adquirir centralidad, se cumple al 100 % tomando en consideración que el acceso terrestre se ha mejorado con el paso de los años al ampliar la carretera principal Cafetal-Mahahual y Mahahual-Xcalak substituyendo al antiguo camino de terracería aledaño a la zona costera. El acceso marítimo es a través de la construcción del muelle de cruceros en el 2000 y que empezó operaciones en el 2002, por lo que el turismo masivo de sol y playa es muy importante por lo que respecta a la capacidad de carga para el destino.

En la Tabla I se observa como el arribo de pasajeros ha ido en aumento y solamente existen descensos en arribo cuando la vulnerabilidad ambiental del

destino se hace presente como con la llegada del huracán Dean en 2007 que destruyó el muelle poniéndose nuevamente en operación hasta fines del 2008, la segunda situación fue la influenza, enfermedad que en 2009 ocasionó a nivel internacional una crisis económica para la actividad turística en el mundo.

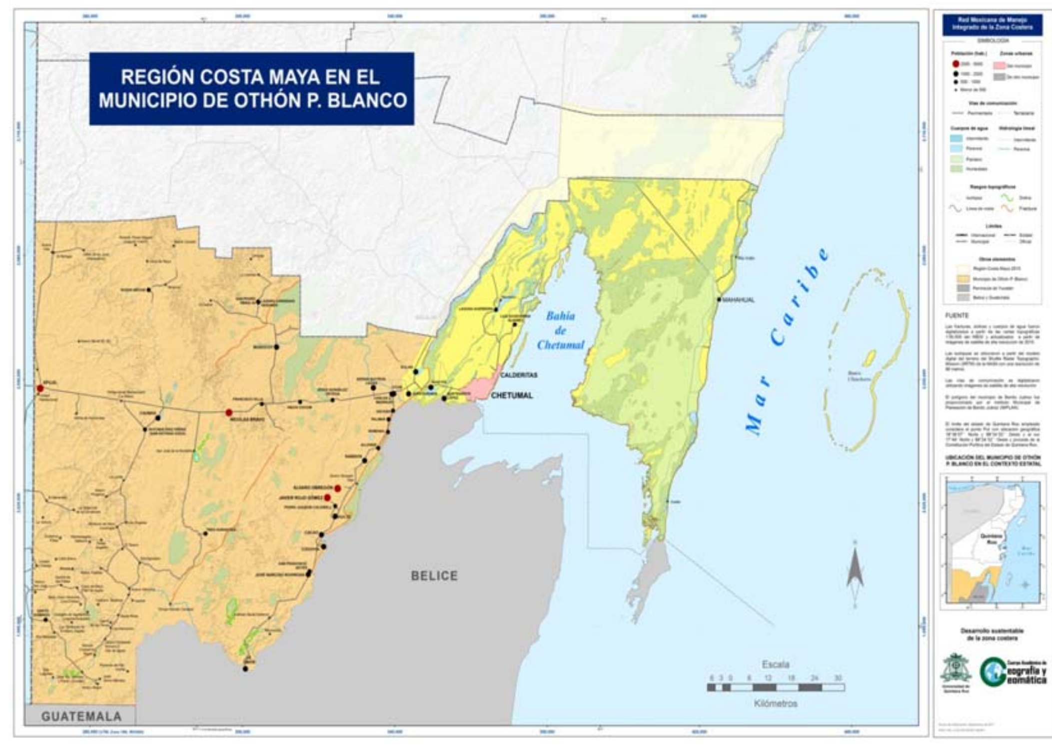


Figura 3. Ubicación del área de estudio, Región Costa Maya: Mahahual, Quintana Roo, México.

Tabla 1. Movimiento de pasajeros y arribos de Cruceros 2002-2012

AÑO	CONCEPTO	TOTALES
2002	Pasajeros	292,556
	Arribos	141
2003	Pasajeros	374,464
	Arribos	175
2004	Pasajeros	550,427
	Arribos	241
2005	Pasajeros	650,263
	Arribos	294
2006	Pasajeros	749,068
	Arribos	365
2007	Pasajeros	553,069
	Arribos	266
2008	Pasajeros	66,307
	Arribos	35
2009	Pasajeros	328,703
	Arribos	133
2010	Pasajeros	655,189
	Arribos	223

2011	Pasajeros	560,625
	Arribos	215
2012	Pasajeros	2,286,278
	Arribos	989

Fuente: Elaboración propia con datos de www.sedetur.qroo.mx

c. La tercera característica, es que a partir de los atractivos y recursos disponibles y puestos en valor, el destino presenta una oferta aún **NO** estructurada, es decir **NO** es un sistema integrado en el que los recursos, los atractivos y las empresas ofrezcan en conjunto a los turistas, una serie de instalaciones y servicios que hayan sido diseñados para su satisfacción, aún falta elaborar por las instituciones de gobierno (SECTUR y SEDETUR) los estudios pertinentes a las satisfacciones buscadas por los clientes que visitan el destino.
d. La cuarta característica del destino es que presenta una imagen atractiva que facilita su identificación en los mercados internacionales y nacionales, se conoce como Grand Costa Maya a toda la región ubicada al sur del estado de Quintana Roo y Mahahual resalta por su accesibilidad.
e. La quinta se refiere a la función comercializadora para el destino, el gobierno del estado maneja una visión estratégica que aplica en materia de marketing para todo el espacio geográfico del destino (desde Pulticub hasta Xcalak).

Como antecedente para el estudio de caso, Castillo Villanueva, et al, 2012 generó un Modelo de Desarrollo Sustentable de la Zona Turístico-Costera: La Región Costa Maya, Mahahual, Quintana Roo, México. La elaboración de los indicadores de desarrollo sustentable utilizados en este proyecto utilizó la metodología del esquema Presión Estado Respuesta (PER). Se definieron 24 variables que fueron clasificadas en cuatro dimensiones (social, económica, ambiental e institucional) y según su tipo en indicadores de presión, estado o respuesta. Para obtener los resultados se trabajaron las dimensiones económica, social, ambiental e institucional del desarrollo sustentable obteniendo índices que permitieron la elaboración del Modelo. En la elaboración de los diferentes escenarios para la zona de estudio se hicieron evidentes muchas necesidades, por ejemplo, la falta de información misma que fue la más evidente para cada una de las dimensiones del área de estudio, por lo que se sugiere la necesidad de realizar en un futuro cercano estudios más detallados de la zona. Al identificar los impactos ambientales, sociales y económicos que ocasionan los desarrollos turísticos y los fenómenos derivados del proceso de urbanización, hacen de ellos asuntos importantes que es necesario sean incorporados a la agenda ambiental con la finalidad de poder llevar a cabo en la zona costera acciones en la toma de decisiones apegadas a la realidad que presenta el territorio y tomando en cuenta la percepción de la comunidad.

2.1 Modelo de Enfoque Sistémico de Mahahual.

Para entender la funcionalidad de Mahahual como un destino turístico bajo el enfoque sistémico es necesario considerar lo plasmado en la Figura 4, en este modelo de sistema turístico se consideran en primer plano las dimensiones del Desarrollo sustentable lo económico, lo ambiental, lo social e institucional y en segundo plano todo lo concerniente a las actividades turísticas y finalmente en un tercer plano los fenómenos hidrometeorológicos y las tendencias económicas internacionales (globalización).

Es importante mencionar que el enfoque con el que se construyen los diferentes planos responden tanto a lo interno (endógeno) como a lo externo (exógeno).

Figura 4. Propuesta de Modelo de Sistema Turístico de Mahahual, Quintana Roo, México.

Fuente: Elaboración propia.

La realidad expresada en esta propuesta pone en evidencia que es necesario considerar que la estructura urbanística, social, cultural, ambiental y política que se podría configurar en Mahahual a fin de alcanzar la mejor calidad de vida aún no se ha logrado. De acuerdo a Josepeh-Francesc Valls (2004) quien menciona que las funciones que representan los destinos están relacionadas con cuatro objetivos, en Mahahual como en otras ciudades costeras, el mantenimiento de la infraestructura productiva y el crecimiento urbano está generando procesos que ambientalmente son faltos de sustentabilidad, haciendo que la comunidad exija una mayor atención gubernamental en los ámbitos de gestión e institucionalidad ambiental y marcos legales, acordes con la dinámica económica de la región.

2.2 La importancia de los Indicadores de Gestión Integral del Destino en Mahahual.

No existen investigaciones publicadas a la fecha que nos mencionen indicadores de gestión integral del turismo de Mahahual, solo se menciona la investigación de Castillo Villanueva, et al, 2014 en cuanto a indicadores ambientales de la zona costera. Es un hecho que las instancias gubernamentales relacionadas al sector turístico, carecen de indicadores básicos para dar seguimiento y medir la actividad turística. Por lo que el desafío de Mahahual como destino turístico es: En la dimensión institucional: el diseñar políticas públicas ambientales, la correcta aplicación de los instrumentos normativos y de planeación del territorio, elaborar indicadores turísticos. Para la dimensión social, mejorar la calidad de vida de la comunidad y esta deberá participar activamente en todos los procesos que le afectan. En la dimensión económica se evidencia la falta de ordenamiento de las actividades en el ambiente marino y la carencia de un ordenamiento territorial

turístico. Es importante considerar las dimensiones que el modelo sistémico aporta ya que permitiría generar una verdadera planeación participativa y articulación entre los actores involucrados y lograr una verdadera Gestión Integral del destino.

Conclusiones.

Se debe incentivar la difusión y desarrollo de los modelos teóricos aplicados al turismo con el fin de elevar hacia un nivel superior la gestión de la actividad turística. La teoría es esencial para el estudio del turismo, contribuyendo a que los gestores y estudiosos del tema actúen de forma más profesional, responsable y eficiente. Si bien aún falta incrementar estos estudios por la academia, sería importante que la información generada se transfiera a todos los niveles de gobierno para una mejor toma de decisiones con la finalidad de que sean aplicados en beneficio de la sociedad. Lamentablemente aún estamos lejos de lograr esta situación, sin embargo se observa una apertura a nivel local (ayuntamientos y alcaldías) de trabajar en corresponsabilidad sector gobierno, empresarios, académicos y comunidad.

Mahahual como nuevo destino turístico tiene la posibilidad de no repetir el modelo que se observa en Cancún, la Riviera Maya y Cozumel. Que si bien han sido exitosos, se han basado en un turismo masivo que principalmente hacen turismo de sol y playa, se requiere diversificación de la oferta turística y mayor gestión del turismo lo que llevaría a alcanzar un verdadero desarrollo turístico sustentable integral en el destino. Se necesita voluntad política y gobernanza para involucrarse en la planeación integral de este destino, este proceso implica el fortalecimiento de las capacidades regionales para definir sus propias modalidades de desarrollo reflejando la diversidad ambiental, social, institucional y económica de la región Costa Maya.

BIBLIOGRAFÍA.

Beni, Mário Carlos. (1998): Análise estrutural do turismo, SENAC, São Paulo

Castillo, V. L. González Vera, M. A Campos Cámara, B, Velázquez Torres, D., Ferman Almada, J. L., García Gastelum, A, Hernández Aguilar, M. L. y Laguna Coral, M. (2014): Modelo de indicadores para la evaluación y monitoreo del desarrollo sustentable en la zona costera de Mahahual, Quintana Roo, México. Perspectiva Geográfica: Vol. 19 Núm. 2 de 2014.

Desarrollo Turístico y Desarrollo Local: La competitividad de los Destinos Turísticos de Sol y Playa. Tesis de Maestría. Universidad Nacional de Mar de Plata, Argentina.

IMPLAN.(2013) .Instituto Municipal de Planeación.

INEGI. (2010): Instituto Nacional de Estadística y Geografía. Censo de Población y Vivienda

INEGI. (2012: Instituto Nacional de Estadística y Geografía. Banco de Información.

Pearce, Douglas. (1988): Desarrollo turístico, su planificación y su ubicación geográfica, Editorial Trillas.

Josep-Francesc, Valls. (2004): Gestión de destinos turísticos sostenibles, Gestión 2000, España.

Jafari, Jafar .(2000): Encyclopedia of tourism. Routledge, London.

Observatorio de Violencia Social y de Género de Benito Juárez, Q. Roo. (2009): Diagnóstico de la Violencia en los municipios de Benito Juárez, Felipe Carrillo Puerto, Solidaridad y Othón P. Blanco, Quintana Roo. Universidad del Caribe.

OMT. Organización Mundial de Turismo.(2005): Indicadores de desarrollo sostenible para los destinos turísticos. Madrid.

Pearce, Douglas. (1988): Desarrollo turístico, su planificación y su ubicación geográfica, Editorial Trillas.

Pérez G. Héctor. (2008): Puerto Vallarta, la evolución de un destino turístico, Universidad de Guadalajara, México.

SEDETUR. (2013): Secretaria de Turismo de Quintana Roo. Indicadores Turísticos Enero - Marzo 2013. Recuperado el 25 de septiembre de 2013. Versión electrónica disponible:http://sedetur.qroo.gob.mx/estadisticas/indicadores/2013/Indicadores%20Turisticos%20Marzo%202013.pdf

REINVENCIÓN DE DESTINOS TURÍSTICOS. ESTRATEGIAS Y POLÍTICAS

Las necesidades de información y empoderamiento social: el caso de los Observatorios turísticos del año 2010 al 2015.

Dra. Larisa Alcérreca Molina
Dra. Rosa Mayra Ávila Aldapa
Dr. Fernando Mohedano

Sección de Estudios de Posgrado e Investigación de la Escuela Superior de Turismo, Instituto Politécnico Nacional. México

RESUMEN

En el turismo, como en cualquiera de las actividades humanas, la necesidad de información es esencial para comprender la realidad y tomar mejores decisiones a nivel público y privado. Como menciona Blasco y Cuevas (2013) un observatorio turístico es una herramienta de inteligencia turística estable, encargada de observar la realidad, analizar la dinámica y proveer los resultados a todos los agentes de un destino. La aparente necesidad de organismos de inteligencia contrasta con la escasez de estas herramientas en los destinos turísticos contemporáneos. En México, como lo señaló la convocatoria CONACYT-SECTUR 2014, una de las carencias importantes es la consistencia de las metodologías con las que se recaban y formulan las estadísticas referentes a la actividad turística, lo que genera la ausencia de elementos confiables en que los actores puedan basar sus decisiones. Derivada de un proyecto de investigación científica aplicada orientado a la solución de uno de los problemas del sector turístico en México —denominado “Diseño y aplicación del modelo de observatorio turístico para destinos turístico de grandes ciudades. Estudio de caso: Ciudad de México” otorgado por la Secretaria de Turismo (SECTUR) y el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT) al Instituto Politécnico Nacional— la ponencia versa sobre los resultados del análisis del benchmarking de diecisiete observatorios turísticos. Este análisis es uno de los productos del proyecto de la investigación, sin embargo la presente comunicación se centra en comprobar si el carácter ciudadano o neutral de los observadores y analistas que participan en los observatorios, es una de las prácticas exitosas implementadas que aporta una visión de las políticas públicas y las prioridades de gestión en el mediano y largo plazo, con objetivos claros de sostentabilidad. Sobre la hipótesis de que estas herramientas permiten mayor información y participación democrática para el empoderamiento social, se espera que los observatorios superen la función simple que menciona Bittencour (2006) de producir y gestionar la información. Como conclusión se proponen lineamientos mínimos para el observatorio de la Ciudad de México con objeto de optimizar recursos y proponer una gestión eficaz para la formulación de diagnósticos que incluyan un número mayor de actores en el ámbito local y regional del destino.

Palabras clave: observatorios turísticos, empoderamiento social, gestión de destinos.

ABSTRACT

In tourism, as in any human activity, the need for information is essential to understand reality and to make better decisions at public and private levels. As Blasco and Cuevas (2013) mentions a tourism observatory is a stable tourism intelligence tool, responsible for observing reality, analyze the dynamics and provide the results to all actors in a destination. The apparent need for intelligence agencies contrasts with the scarcity of these tools in contemporary tourist destinations. In Mexico, as noted by CONACYT-SECTUR 2014 call, one of the major shortcomings is the consistency of methodologies which are collected and formulate the statistics on tourism, generating an absence of reliable elements on actors They can base their decisions. Derived from an applied scientific research project aimed at solving one of the problems of tourism in Mexico -called "Design and implementation of the model of tourism observatory tourist destinations in major cities. Case Study: City of Mexico ", by the Ministry of Tourism (SECTUR) and the Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT) at Instituto Politecnico Nacional- the paper deals with the analysis results of the benchmarking of observatories in ten cities: 1) Segovia; 2) Toledo; 3) Euskadi; 4) Sevilla; 5) Granada; 6) Buenos Aires; 7) Brasilia; 8) Puebla; 9) Guanajuato and 10) Baja California. This analysis is one of the products of the research project and focuses on checking the citizen or neutral observers and analysts involved in the observatories character, which would document the evolution and effects of tourism in a particular destination, to provide an overview of public policy and management priorities in the medium and long term, regardless of changes in management with clear objectives for sustainability. On the assumption that these tools allow more information and democratic participation for social empowerment, are expected to exceed the simple function observatories that Bittencour (2006) mentions produce and manage information. In conclusion we propose a model to optimize resource management activities and to formulate diagnoses that include a larger number of actors at local and regional level the destination.

Keywords: tourism observatories, social empowerment, destination management.

1. INTRODUCCIÓN

El instrumento base para la planeación federal en materia turística en México (PROSECTUR 2013-2018) considera que el reto en el sector turístico es elevar la competitividad, por lo que el sector requiere de acciones públicas deliberadas, que partan de un diagnóstico compartido del estado actual del sector turismo que sustente el diseño e implementación de una política pública articulada, con objetivos claros, pero sobre todo, efectiva para resolver los retos de esta industria. Sobre el diagnóstico del sector en México, observamos que existe la tendencia a centrarse en los índices de llegadas de turistas y la derrama económica que estos generan, bajo el supuesto que son índices que involucran *per se* el bienestar y el desarrollo de los destinos, además que se da por hecho el aprovechamiento adecuado de sus recursos y atractivos. Entre los supuestos involucrados para que tales índices sean considerados integradores están:

- Las tendencias de economías emergentes donde la actividad gana terreno a nivel internacional (Turquía, Hong Kong, Malasia, Japón y Rusia).

- Que el turismo involucra más de 50 actividades económicas en nuestro país, genera oportunidades para las empresas (empleos y divisas) y encadenamientos productivos de mayor valor agregado.

Desde esa óptica, donde los retos se concentran en lograr una mayor tasa de crecimiento — sin importar la calidad y el agotamiento de los recursos, productos y la satisfacción de las comunidades receptoras— los resultados reportados concluyen que en los últimos 30 años el desempeño en México ha sido moderado e inercial, debido a que crece en menor proporción respecto de otras naciones, lo que da por resultado que los destinos mexicanos han perdido competitividad (SECTUR, 2013). ¿Cuáles son las consideraciones y/o acciones que se contemplan necesarias para modificar ese comportamiento en el sector turístico en México? Medir la competitividad (OMT y OCDE) del sector, por sí sola no permite determinar si hay un adecuado desarrollo de los seis factores en los que centra el análisis (productividad, innovación, diversificación, especialización, profesionalización y sustentabilida).

Sobre la articulación de políticas, el Plan Nacional de Desarrollo promueve el enfoque transversal para el sector turístico, lo que implica la colaboración entre las diversas dependencias federales, la concurrencia articulada entre órdenes de gobierno y la participación activa de los privados y la sociedad civil organizada. Lo anterior se impulsa con la conformación del Gabinete Turístico en el año 2013 y sus proyectos transversales. Debido a la conformación urbana de megalópoli emergente, en la que funciona el destino Ciudad de México, se requieren diagnósticos y acciones difíciles de abordar desde una sola administración; la zona megalopolitana involucra 10 zonas metropolitanas con un total de 27.3 millones de habitantes en 15 mil km2. Desde agosto del 2013, la Comisión Ambiental de la Megalópolis (CAMe) es la plataforma de gobernanza ambiental regional creada para establecer procesos transversales de toma de decisiones sobre los recursos compartidos, concentrando y optimizando su uso. La CAMe , se integra con el titular de la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT), el Jefe de Gobierno del Distrito Federal y siete Gobernadores (de los estados de Hidalgo, Estado de México, Morelos, Puebla y Tlaxcala), y busca consolidarse como un ejemplo replicable de buenas prácticas de gobernanza regional (Flores Montalvo, 2014).

En este marco, la convocatoria SECTUR-CONACYT 2014 del Fondo Sectorial para la Investigación, el Desarrollo y la Innovación Tecnológica en Turismo, detectó en una de sus demandas, que una carencia importante es la consistencia de las metodologías con que se recaban y formulan las estadísticas referentes a la actividad turística, lo que genera la ausencia de elementos confiables para que los actores puedan basar sus decisiones (SECTUR-CONACyT, 2014). El proyecto de investigación científica aplicada, orientado a la solución de esa carencia detectada en el sector turístico en México, es denominado "Diseño y aplicación del modelo de observatorio turístico para destinos turísticos de grandes ciudades. Estudio de caso: Ciudad de México" otorgado por la Secretaría de Turismo (SECTUR) y el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT) al Instituto Politécnico Nacional, en particular la Escuela Superior de Turismo y el Centro de Investigaciones en Computación.

De las múltiples definiciones de lo que debería ser un Observatorio en Turismo, Blasco y Cuevas (basado en CONDE, SCHMIDT Y COVARRUBIAS, 2011; NACCA, DIMAULA

Y FLAVIA, 2010; MARCO, GARCÍA Y SABATER, 2009; SEGRADO, ARROYO Y PALAFOX, 2009), consideran que: es una herramienta de inteligencia turística estable, encargada de observar la realidad, analizar la dinámica, y proveer los resultados a todos los agentes de un destino, por lo que todo destino turístico debería contar con uno.

Con base en los resultados del análisis del benchmarking de dieciocho observatorios turísticos, que es un producto del proyecto de investigación, la presente comunicación se centra en comprobar si el carácter ciudadano o neutral de los observadores y analistas que participan en los observatorios — responsables de documentar la evolución y efectos de la actividad turística en un destinos concretos e independientemente de los cambios de administración — es una práctica exitosa implementada que aporta una visión de las políticas públicas y las prioridades de gestión en el mediano y largo plazo, con claros objetivos de sustentabilidad.

2. EL BENCHAMARKING

Al tratarse de un concepto evolutivo por naturaleza, la revisión y clasificación del benchmarking, es considerada por Gurutze y Ochoa (2005) como un reto desde el punto de vista teórico y práctico, debido, entre otros a que no tiene una definición universal o unívoca, tampoco hay unanimidad respecto a su contenido y alcance, ni una metodología consolidada y o una taxonomía que guíen su investigación. La revisión exhaustiva de los autores anteriores nos llevó a descubrir diferentes momentos. La aparición del concepto, su aplicación a casos concretos, el primero a la Compañía Xerox y después su difusión a otros ámbitos, como el turismo que recientemente lo utiliza para lograr la mejor de la gestión de los destinos. Así, concluimos que puede ser considerada una de las herramientas de mejora continua del análisis estratégico, con la que es posible identificar las estrategias de éxito que realizan diversas empresas, con operaciones similares en determinada actividad. Así bien, el benchmarking impulsa una autoevaluación que incluye a los competidores que han dado saltos cuantitativos en su organización, para utilizarlos como saber colectivo (Boxwell, 1994). Una de las definiciones más comunes de la evaluación comparativa, proviene de Spendolini (1992): Benchmarking es un proceso continuo y sistemático para evaluar los productos y procesos de trabajo de las organizaciones que son reconocidas como representantes de las mejores prácticas con la finalidad de una mejora en la organización. También es considerada una técnica complementaria y de apoyo de la gestión de la calidad total de requiere de un modelo analítico claro adecuado a cada una de las diversas prácticas para las que se utilice. De dicho modelo surgen hipótesis que requieren evidencia empírica, para contrastarla y determinar cuál puede resultar la mejor práctica para el caso concreto que nos ocupa: la ciudad de México. Entre las ventajas del benchmarking se mencionan:

- los aspectos motivacionales y de comportamiento dentro de la organización, al saber que cierta meta establecida ya se ha alcanzado o superado por otra organización y es por lo tanto factible.
- mayor detalle de análisis por medio de más cantidad de información para la elección de estrategias de éxito que realizas las empresas y donde éstas ya reportan logros en actividades específicas.

3. LA METODOLOGIA

Aunque en la práctica existen varias maneras de hacer un benchmarking, elegimos adecuar la metodología del Análisis Comparativo de Desempeño (Bachmann y Asociados), que adecuamos en seis pasos:

- **Análisis de Negocios y el proceso de cliente**, que consistió en reconocer los elementos del sistema turístico y los elementos que incluye el concepto de competitividad de destinos en especial los que resultan destacables para los usuarios (SECTUR-DF y SECTUR Federal), el proceso de producción a comparar y la manera en que se justifican los parámetros de comparación, ya sea por el desempeño de los competidores, la estructura urbana de la megalópolis y su permanencia en funcionamiento.
- **Elección de los indicadores,** este paso consistió en la selección de indicadores o parámetros de medición de desempeño más relevantes, es decir, aquellos que mejor reflejan la gestión del sector, denominados indicadores de tercer nivel o de gestión (que proviene de fuentes primarias y secundarias y se integran como indicadores sintéticos sobre los que se realizan proyecciones). También se registraron los indicadores que ofrecen de primer nivel (que provienen de fuentes secundarias) y los de indicadores de segundo nivel (que provienen de fuentes primarias). Para que esta visión fuera lo más ajustada posible a la realidad, se han identificado y analizado los siguientes elementos de cada observatorio seleccionado:

- Permanencia en el tiempo
- Objetivos y funciones
- Misión y visión
- Estructura del observatorio: organigrama
- Institución responsable y/o que coordina el observatorio
- Presupuesto: procedencia o fuente de financiamiento
- Metodología empleada
- Indicadores y variables
- Tipo de fuentes utilizadas
- Fórmulas empleadas en los indicadores
- Periodicidad en la actualización de la información
- Productos del observatorio
- Formato en que se ofrecen los productos
- Valoración de la página web
- Aspectos distintivos e innovadores del proyecto

- **Recolección de los datos** que se realizó a través de la revisión de documentación y trabajo de campo, con la aplicación de cuestionarios y entrevistas, lo que permitió sistematizar la información sobre los observatorios seleccionados.
- **Análisis de la información** sistematizada con el objetivo de verificar que los valores de los indicadores reportados son compatibles con su histórico y la situación que guarda el resto de los elementos comparables. De esta forma también se verificó si los datos presentan un comportamiento lógico y superan la función simple de un observatorio turístico: de producir y gestionar la información (Bittencour, 2006) por lo que logran conformarse en herramientas que permiten mayor información y participación democrática para el empoderamiento social.

- **Análisis y consolidación de datos**, por medio del análisis estadístico y comparativo se determinó cuáles son las diferencias o brechas en relación a los objetivos que se plantean los observatorios y a los resultados esperados.
- **Formato de los resultados de la información** se diseñó para que resultara comprensible para los usuarios y todos los integrantes del proyecto, hecho que agilizará la siguiente etapa. La adecuación anterior permitió la definición de las prácticas de los observatorios existentes y cuáles de estas se han convertido en proyectos exitosos y funcionales que se pueden considerar como recomendaciones para una primera propuesta de observatorio turístico.

4. RESULTADOS

El estudio de benchmarking forma parte imprescindible de las actividades propias de un proyecto de Observatorio por lo que se considera que en el futuro, será importante que se efectúen las actualizaciones pertinentes, con una periodicidad deseable de dos años. Será muy importante que los resultados de este primer estudio de benchmarking y sus actualizaciones futuras, se conviertan en conclusiones y recomendaciones prácticas que lleguen con claridad y fluidez al conocimiento de todo el sector turístico, tanto público como privado, lo que será responsabilidad del Observatorio Turístico de la ciudad de México. Para la realización de este análisis se han identificado diecisiete observatorios turísticos, de los cuales catorce son internacionales y tres son nacionales. La principal motivación de este estudio es tener una idea, lo más aproximada posible, de cómo funcionan y operan los observatorios turísticos identificando qué aspectos son claramente mejorables, como se observa en el cuadro siguiente.

País	Región/destino de la que se ocupa el observatorio turístico	Carácter de los observadores y analistas que participan en el observatorio	Prioridades de gestión	Visión con objetivos de sostentabilidad
España	Barcelona	Iniciativa promovida por el Ayuntamiento de Barcelona, a través del Sector de Promoción Económica y por la Cámara de Comercio de Barcelona, a través del Gabinete de Estudios Económicos.	Crear y mantener las bases de datos acerca de coyuntura turística, realizar periódicamente análisis básicos que emitan un diagnóstico del sector y su evolución,	No existe una visión definida en relación a objetivos de sostenibilidad, solo desean saber el comportamiento y perfil del visitante.
	Cataluña	Nace por iniciativa de EscapadaRural.com, la EUHT CETT-UB y Netquest. Es operado por profesores-investigadores en turismo, especialistas en mercadotecnia, cultura y territorio, hotelería y gastronomía y la investigación en turismo rural	Su prioridad de gestión es apoyar la competitividad y potenciar el espíritu de innovación	No existe una visión definida en relación a objetivos de sostenibilidad,, solo desean saber el comportamiento y perfil del visitante
	Granada	Iniciativa del Patronato Provincial de Turismo de Granada. Diputación de Granada.	Promocionar, tanto en el ámbito nacional como en el internacional, la rica y variada oferta turística	Genera planes de viabilidad para empresarios y ayuntamientos, cursos de formación turística y apoyo jurídico, sin reportar resultados y/o metas.

	Cantabria	Iniciativa de la Universidad de Sevilla y Ayuntamiento de Sevilla	Difunde información obtenida del Instituto Nacional de Estadística de España:	No existe una visión definida en relación a objetivos de sostenibilidad.
	Guadalajara	Iniciativa promovida por el Municipio de Guadalajara, España, Grupo de Trabajo de la Web Municipal está formado por personal de las unidades administrativas de Archivo, Informática, Prensa y Cartografía, este Grupo forma parte del Comité Técnico de Organización del Ayuntamiento de Guadalajara.	Mejora y ampliación de servicios y contenidos de la sede electrónica del Ayuntamiento de Guadalajara forman parte de la primera fase de su Plan de Modernización Administrativa.	Comparación permanente de la página web contra otras con el objetivo de permanencia en el benchmarking de la zona. Miden el cumplimiento de expectativas (no satisfacción), que permitirán la mejor continua y sostenible Guadalajara
	Euzkadi	Nace en alianza entre el Centro de Investigación Cooperativa en Turismo (CICtourGUNE) y la Agencia Vasca de Turismo del Gobierno Vasco.	Unificar y armonizar las fuentes de información dispersas en distintas fuentes estadísticas, enriqueciendo y facilitando su análisis.	Genera información para el seguimiento y evaluación de la competitividad e innovación de la industria turística, sin mencionar objetivos sostenibles, incluye indicadores sintéticos que permiten un análisis de la sostenibilidad
Francia	/ Bretaña	La institución responsable es el Consejo Regional de Bretaña quien financia el Comité Regional de Turismo (CRT). Fue financiado hasta 2010 por el gobierno de la región, después al CRT y es financiado al 100% por la región. El CRT está bajo un estatus asociativo, por lo que obtiene ingresos de la iniciativa privada, aún si los financiamientos son públicos. Presupuesto para estudios: 120 000 euros, Salarios: 397 000 euros. El observatorio cuenta con 4 personas, todas con formación en estadísticas.	El principal objetivo es fortalecer el desempeño regional en el sector del turismo, así como el atractivo y la competitividad de la región, lo que contribuye a la ambición de hacer valer Bretaña como destino turístico de excepción. -Desarrollar una visión regional integral de la economía de las empresas, el empleo y el turismo, para informar a los interesados sobre las tendencias y proporcionar la base para los análisis de prospectiva. -Facilitar atención por parte de Bretaña a la demanda, con base en el conocimiento del mercado y experiencia de la CRT. -Contribuir a la movilización colectiva para estructurar la imagen de Bretaña y aumentar su atractivo para los clientes identificados. -Conducir proyectos de animación del Plan regional de Turismo confiado por el Consejo Regional de Bretaña.	No cuenta con indicadores claros que permitan un análisis de la sostenibilidad. Se encarga de las encuestas de ocupación; encuesta de visitantes en 2005, y de los estudios de comportamientos sectoriales, cuyo objetivo ha sido el de desarrollar una visión regional global de la actividad, del empleo y de la economía turística, con el fin de mostrar de manera clara las tendencias y de proporcionar las bases para los análisis prospectivos.
Brasil	Río de Janeiro	Iniciativa de FAPERJ (Fundación para la Investigación del Estado de Rio de Janeiro) SeTur (Secretaria de Estado de Turismo) Gobierno de Rio de Janeiro y Universidad Federal Fluminense (Facultad de Turismo y Hotelería) Departamento de Turismo de Rio de Janeiro.	Monitoreo del turismo en el Estado de Río de Janeiro a través de la producción regular y la difusión de información y turismo estadísticos indicadores, además de la evaluación del impacto económico de los grandes eventos de la cadena productiva del turismo	Generar Investigación, estadísticas, indicadores y estudios elaborados por el Observatorio para la orientación de las políticas y la planificación del turismo en los municipios de Río de Janeiro, con el fin de maximizar los beneficios económicos y sociales del turismo y minimizar sus impactos negativos Algunos criterios de

				sostenibilidad..
	Sao Paulo	Iniciativa del Ayuntamiento de Sao Paulo en colaboración con São Paulo Turismo S. A. – SPTURIS (Empresa de turismo y eventos de la ciudad de São Paulo).	Contribuye con estudios básicos e investigación de São Paulo Turismo, para examinar el comportamiento turístico de Sao Paulo, con lo que se busca que el destino se vuelva cada día mejor para los visitantes y residentes.	No existe una visión definida en relación a la sostenibilidad solo mencionan en sus productos y/o eventos la necesidad de mejora continua y que el turista regrese conel riesgo l que impacta la sostenibilidad del lugar.
	Brasilia	Iniciativa de la Secretaría de Estado de Turismo, apoyada por: Secretaría de Cualificación y Políticas de Turismo Dirección de Observatorio de Turismo Gerencia de Estudios e Investigación Jefatura de Núcleo de Documentación y Memoria	Elaboración de análisis, donde se indiquen las tendencias del mercado turístico, así como la difusión de la información obtenida del Distrito Federal (Brasilia).	El Observatorio se fundamenta en un estudio sistemático para planificar y tener una Brasilia sostenible, donde se respete la distribución del ingreso y la generación de puestos de trabajo de manera uniforme. El Observatorio de Turismo es aprobado y sancionado por el Gobierno del Distrito Federal. Tienen políticas y objetivos eficaces, centrados en el aumento del turista local.
Argentina	Buenos Aires	Creado a iniciativa de la Cd. De Buenos Aires. (gobierno)	Investigar las tendencias del turismo, cuyo fin es la sistematización y análisis de la información estadística disponible y la publicación de los mismos que reflejan la realidad turística receptiva de la ciudad	Se analizan datos referentes al flujo de turistas, preferencias e impacto económico y social en la Ciudad, menciona objetivos de sostenibilidad sin indicadores concretos.
Colombia	Bogotá	El observatorio Turístico se ubica dentro del organigrama del Instituto Distrital de Turismo (IDT), entidad pública de Colombia que realiza la estadística básica del sector. El IDT es una entidad pública distrital creada en el año 2007 como adscrito a la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico (SDDE), con el objeto de ejecutar las políticas, planes y programas para la promoción del turismo y el posicionamiento del Distrito Capital como destino turístico sostenible.	El IDT desea proyectarse como la fuente oficial de información estratégica para la planificación y desarrollo de un destino sostenible y competitivo. Los objetivos que declara para el Observatorio de Bogotá son: • Adelantar estudios e investigaciones relacionadas con la actividad turística de la ciudad. • Implementar del Sistema de Información Turística de Bogotá, como herramienta de acopio y análisis de la información para el sector. • Elaborar publicaciones en materia de información estadística e investigaciones de turismo, como herramientas para la toma de decisiones de los actores relacionados con la actividad turística. • Implementar estrategias conducentes al intercambio de información y el desarrollo de estudios conjuntos entre las entidades privadas y públicas relacionadas con el sector turismo. • Generar información confiable y oportuna que actúe	Provee de información y análisis que realizan los expertos del Instituto en alianza con las diversas entidades para caracterizar al sector. Se limitan a censo e inventarios y la encuesta de viajeros. Sin embargo los resultados se muestran a manera de índices y solo para la Ciudad de Bogotá por lo que no muestra un análisis comparativo entre regiones similares o mercados competitivos. Proyectos donde destacan: • Diversos planes y programas diseñados en las 19 zonas de interés turístico, sobre las que decidió priorizar y trabajar en alianza con las Alcaldías locales, los gremios y otras

			como insumo y que proporcione los elementos de juicio suficientes para tomar decisiones correctas.	entidades distritales y con las comunidades con resultados importantes con el Proyecto Distrito Turístico Sostenible de Teusaquillo. • La Agenda de Ciudad, que pone en valor actividades empresariales y culturales y 17 recorridos culturales diseñados en conjunto con IDPC y la Secretaria de Cultura (Ruta del Bicentenario y Campaña Bogotá Anfitriona)
Estados Unidos	Montana	La Universidad de Montana, en particular la Facultad de Ciencias Forestales y Conservación es la unidad académica donde se aloja el ITRR. Dicha Facultad se funda en el año 1913 y en ella se imparte uno de los primeros programas acreditados por la Sociedad de Forestales Americanos. El ITRR es coordinado por la Sociedad de Industria y Turismo del Destino de Montana. Este observatorio posee una estructura reducida y especializada de capital humano, de la cual el 57% de sus integrantes son asistentes de investigación que provienen del programa de doctorado en el Departamento Sociedad y Conservación de la Facultad. El 43% restante lo conforman los investigadores de la Universidad de Montana.	Sus prioridades de investigación son resultado de los indicadores que reportan, y son: • El impacto económico de los viajes de no residentes. • Las características de los visitantes y egresos. • Los impactos sociales y ambientales del turismo. • La planificación regional, la percepción de la comunidad y el desarrollo. • Los estudios de nicho de mercado. • El geoturismo. • La recreación al aire libre. • Los viajes y la recreación anual de Outlook.	Cuenta con indicadores concretos de sotenibilidad en sus estimaciones de la demanda del estado de Montana (56 condados desde 1989): anualmente un reporte de las actitudes (percepción) de los residentes hacia el turismo y la revisión económica de la Industria del Viaje en Montana; reporte que contrasta y reporta con las estadísticas de la demanda específica de los Parques Nacionales de Uso Público desde el año 1990 a la fecha, destacando aspectos psicológicos como la percepción del tiempo y la memoria, que influyen en el comportamiento orientado a la conservación, y al aprovechamiento de estos sitios Reportes de unos de los diez parques nacionales más visitados de Estados Unidos que es reserva de la biosfera y patrimonio natural de la humanidad.
Perú	Perú	Iniciativa promovida académicamente por la Universidad de San Martín de Porres El Observatorio Turístico del Perú, se percibe a sí mismo como líder en la investigación científica y operativa, reconocida por la alta calidad de su producción científica, referente obligado para las instituciones	Mantener actualizado el Banco de Datos económicos, estadísticos, Financieros y de Inversión de Recursos Turísticos (BADATUR) con información fiable, en tiempo y constante para la mejor toma de decisiones.	Generación de información precisa, fiable, constante en el tiempo y comparable, para la adecuada toma de decisiones, facilitando el accionar y la cooperación entre los principales organismos e instituciones públicas y privadas interesadas

		públicas y privadas del sector turismo, que buscan el conocimiento necesario que viabilice la adecuada y oportuna toma de decisiones y la formulación de estrategias coherentes para el desarrollo turístico nacional y regional, en el contexto de la sostenibilidad turística y el comercio justo		en el turismo, manteniendo decisiones vinculadas entre los sectores logrando una visión global y sostenible.
México				
	/ Guanajuato	Reconocido bajo un decreto gubernamental, su carácter permanente con un presupuesto asignado. Depende directamente de la Secretaría de Turismo del Estado de Guanajuato con apoyo de la Dirección de Información y Análisis de la Secretaría de Turismo del Estado de Guanajuato, consejo técnico Conformado por 5 universidades con la licenciatura en turismo y gastronomía, el sector privado (centro de convenciones, aeropuerto internacional, operadores turísticos, cámaras y asociaciones) y actores del sector público (secretaria de economía, Instituto Nacional de Estadística y Geografía, Instituto Estatal de Cultura, Instituto Estatal de Ecología y el Instituto Estatal de Planeación	Jerarquizar las demandas y necesidades turísticas de los ciudadanos, Orientar las actividades de los servidores públicos, Facilitar la toma de decisiones, Generar el diseño de la propia política de desarrollo del sector turismo Gestionan información que obtienen de diferentes fuentes gubernamentales	El Consejo tTécnico formado por diversas instancias consideran criterios de sostenibilidad en el Observatorio aunque no se declare tácitamente como objetivos
	Puebla	Iniciativa de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla (BUAP), cedieron los derechos posteriormente al gobierno del Estado.	Generar información fidedigna para la toma de decisiones en el sector público, privado y estudiantil	El observatorio funcionó del 2012 a principios del 2015 lamentablemente no tenemos conocimiento de objetivos de sostentabilidad
	Baja California	Iniciativa de El Colegio de la Frontera Norte. financiado por la Secretaria de Turismo Federal a través de la Secretaria de Turismo del estado	Generar información oportuna, actualizada y continua, a través del monitoreo de las dinámicas de la oferta y de la demanda turística en el estado, para la toma de decisiones	Diseño de estrategias que mejoren la competitividad y sostentabilidad del sector turístico como son el Proyecto del Valle de Rosario
	Propuesta	Iniciativa de Secretaria de Turismo (SECTUR) y el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT) desarrollándose por el Instituto Politécnico Nacional, en particular la Escuela Superior de Turismo y el Centro de Investigaciones en Computación.	Homologar la consistencia de las metodologías con las que se recaban y formulan las estadísticas referentes a la actividad turística, generando elementos confiables para que los actores puedan basar sus decisiones	Áreas naturales protegidas con acciones para mitigar el riesgo / vulnerabilidad. Grado de presión del recurso hídrico / consumo por cuarto. Tratamiento de agua pluvial y residual. Generación de residuos por cuarto, Acciones de conservación del patrimonio, Certificación de calidad ambiental por establecimiento. Movilidad, inclusión (LGTB), Adultos

				mayores, situación de calle) Democratización y Seguridad, Percepción de la comunidad, entre otros.

A la hora de identificar los observatorios turísticos, se hizo una selección de acuerdo con diversos criterios; de modo que estuviesen representados diferentes modelos de observatorios, es evidente que la selección nunca es completa, dado que se trata de un muestreo sobre un universo muy dinámico. Además, existe una gran cantidad de proyectos que se autodenominan "observatorios" y que no necesariamente lo son en el sentido que nosotros lo entendemos; se trata entidades informales que no son propiamente turísticos.
También es casi imposible analizar una muestra representativa mundial, ya que la diversidad de estos impide que se pueda hacer el estudio de benchmarking ya que no hay productos standard, productos-tipo o productos cerrados ofertados en abierto hacia el mercado. Existen gran cantidad de observatorios que no cuentan con gran variedad de productos y que sólo trabajan sobre la demanda y la oferta; por lo cual en el marco de este estudio de benchmarking no se han podido considerar.

5. CONCLUSIONES

El hecho de que se identifiquen dentro de cada observatorio los principales elementos que lo integran, su modelo operativo y funcional, los indicadores que manejan, el tipo de información, sus recursos y otros elementos más, permite comprobar el tipo de sistemas de información turística que utilizan en otros destinos, y determinar cuales practicas exitosas pueden replicarse en el observatorio de la ciudad de México.

Por los hallazgos se comprobó que en aquellos observatorios en cuya estructura colabora un mayor número de analistas y responsables que no son parte de la administración del destino, tienen mayor probabilidad de que la evolución y efectos de la actividad turística se registre por medio de indicadores sintéticos (tercer nivel) con proyecciones, lo que aporta una visión de las políticas públicas y de las prioridades de gestión en el mediano y largo plazo. En especial cuando se mantiene la participación de las instituciones educativas, los observatorios consideran, en los indicadores y análisis reportados además de las repercusiones económicas, los impactos sociales y medioambientales que genera el sector para la comunidad receptora y el entorno del destino. Los reportes que generan tales estructuras se muestran como herramientas incluyentes de diversos agentes sociales involucrados o no en el sector, donde es posible reconocer el cumplimiento de los compromisos de la administración responsable del sector.

La práctica exitosa detectada corresponde a la conformación de un Consejo plural, en el que participan distintos sectores: público y privado, tanto empresarios como trabajadores, académicos y población local; que forma parte del observatorio, con cierta independencia de la autoridad-administración del destino, pero en estrecha colaboración para generar resultados. Cuando existe ese consejo plural resulta más fácil mantener el carácter técnico del observatorio, es decir, sus resultados no se consideran un instrumento político, por lo que se generan nuevos productos con los que se hace de recursos propios (presupuesto). Todo lo anterior, posibilita a la administración del destino contar con un sistema de información estadística consolidado, que permita a los analistas enfocarse en el análisis y

no en la actualización de los datos que generan los indicadores, debido a que los principales actores están representados en el Consejo, involucrados y están seguros de lo se generará con su participación.

BIBLIOGRAFÍA

Bittencourt, C. (2006). La información y los indicadores de sostenibilidad: Un estudio de caso en el Observatorio regional y base de indicadores de sostenibilidad. Tesis de Doctorado. Universidad Federal de Santa Catarina.

Blasco, D., & Cuevas, T. (2003). OBSERVATORIO EN TURISMO: ORGANISMO INTELIGENTE PARA LA TOMA DE DECISIONES EN EL DESTINO. Revista Iberoamericana de Turismo, 3(2), 25-34.

Boxwell, R. J. (1994). Benchmarking para competir con ventaja. Madrid: Ed. Santos Díaz.

Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT), & Secretaría de Turismo (SECTUR). (2014). Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología. Recuperado el Junio de 2015, de http://www.conacyt.mx/index.php/el-conacyt/convocatorias-y-resultados-conacyt/convocatorias-fondos-sectoriales-constituidos/convocatoria-sectur-conacyt-1/convocatorias-cerradas-sectur/2014-2/4343-demandas/file

Intxaurburu, M., & Ochoa, C. (2005). UNA REVISIÓN TEÓRICA DE LA HERRAMIENTA DE BENCHMARKING. Revista de Dirección y Administración de Empresas(12), 73-103.

PROSECTUR. (13 de Diciembre de 2013). Secretaría de Turismo. Recuperado el Junio de 2015, de www.dof.gob.mx

SEMARNAT. (2014). Programa Especial de Producción y Consumo Sustentable 2014-2018. México: SEMARNAT.

Spendolini, M. J. (1992). The Benchmarking Book. New York.

REINVENCIÓN DE DESTINOS TURÍSTICOS. ESTRATEGIAS Y POLÍTICAS.

Turismo Justo como potencial en las economías en vías de desarrollo.

Georgina del Socorro Medina-Argueta
Alejandro Palafox-Muñoz

Universidad de Quintana Roo. México

RESUMEN

Las comunidades de los destinos turísticos de las economías en vías de desarrollo, presentan desigualdades económicas, sociales y medioambientales poniendo en riesgo sus condiciones de vida al estar inmersos en un modelo turístico que distribuye los beneficios de la actividad productiva de manera injusta, lo cual es evidente al observar los resultados relacionados con la calidad de vida y niveles de pobreza. En este sentido, Quintana Roo para 2013 captó 40% del total de divisas que ingresaron al país por concepto de turismo, con un total de 5,678.71 millones de dólares sobre un total nacional de 14,187.87 millones de dólares (SEDETUR, 2014). Sin embargo, para el periodo 2010-2012, el 38.8 por ciento de sus habitantes se encontraban en situación de pobreza, lo que equivale aproximadamente a 563,000 personas de un total de 1.5 millones (CONEVAL, 2013). Los municipios con mayor número de personas en pobreza fueron Benito Juárez (185,311), Othón P. Blanco (109,361), Solidaridad (47,668) y Felipe Carrillo Puerto (43,060), en los cuales se concentró 88.3 por ciento del total de la población en situación de pobreza en el Estado. El turismo justo es un fenómeno que implica el esfuerzo por reducir la pobreza, crear empleo digno y contribuir a la armonía social entre la comunidad receptora y los actores que intervienen en la actividad económica del turismo en economías en vías de desarrollo. Por ello, a partir de una aproximación fenomenológica, el uso de teoría fundamentada y la inducción analítica se pretende analizar desde la óptica del turismo justo el desarrollo turístico en economías en vías de desarrollo centrando el estudio en el estado de Quintana Roo. Para ello, se lleva a cabo mediante la construcción del turismo justo bajo un enfoque humano sostenible, la identificación de impactos en la calidad de vida y los niveles de pobreza entre los actores que intervienen en la actividad turística, así como el papel que podría desempeñar en la satisfacción de necesidades humanas como mecanismo para elevar la calidad de vida.

Palabras clave: Turismo justo, Quintana Roo, calidad de vida, pobreza, desarrollo turístico.

ABSTRACT

The communities of the different tourist destinations in developing countries have economic, social and environmental inequalities, risking their livelihood because they

follow a tourism model that contributes to the productive activity benefits in an unjust manner, which is evident analysing the results of living conditions and poverty levels. In this sense, in 2013, the state of Quintana Roo recorded 40% of the total income of different foreign currencies that entered the country for tourism reasons, with a total of 5,678.71 million dollars concerning 14,187.87 million dollars the total national income (SEDETUR 2014). However, the 38.8% of the population were in poverty during the period of 2010-2012, which is the equivalent to approximately 563,000 people concerning 1.5 million, the total population (CONEVAL, 2013). The municipalities with the highest number of people in poverty were Benito Juárez (185,311), Othón P. Blanco (109,361), Solidaridad (47,688) and Felipe Carillo Puerto (43,060), which means that the 88.3% of the total population was in poverty in the state. Fair Tourism is a phenomenon that involves a lot of effort to reduce poverty, to create well-paid jobs, and to contribute to the social harmony between the receiving community and the people that intervene in the economic activity of tourism in developing countries. Thus, from a phenomenological approach, the use of a grounded theory and the analytic induction, the aim is to analyse from the point of view of fair tourism the tourist development in developing countries, focusing the study in the state of Quintana Roo. For this, a sustainable human approach takes place through the construction of fair tourism, the identification of impacts on the quality of life and levels of poverty between the people who intervene in the tourism activity as well as the role that could play in the satisfaction of human needs as a mechanism to improve quality of life.

Keywords: Fair tourism; Quintana Roo; quality of life; poverty; tourist development.

1. LOS DESTINOS TURÍSTICOS EN ECONOMÍAS EN VÍAS DE DESARROLLO

La industria turística a nivel mundial se ha caracterizado por ser un sector redituable dentro de las actividades económicas de los países. De acuerdo con cifras de la Organización Mundial de Turismo (OMT), el turismo internacional generó en el 2013 ingresos mundiales por mil 159 billones de dólares, cifra que representa un incremento real de 5.3% en comparación con el año anterior. De esta cifra, México tiene una cuota de mercado de 1.2% en lo que respecta a los ingresos percibidos dentro de la región de las Américas, lo que enmarca una gran relevancia ya que en ese mismo año tuvo una participación de 6.1% de los 229.3 billones de dólares registrados en la región (SECTUR, 2014). Asimismo según el Barómetro del Turismo Mundial del año 2013, es el tercer país de América que más divisas por turismo internacional generó con 13.8 miles de millones de dólares, sólo detrás de Estado Unidos de América y Canadá. Y en la región de las Américas, es el país más visitado después de Estados Unidos con una cuota de mercado de 14.4% de los 168.2 millones de turistas en el año 2013 (SECTUR, 2014).

Si bien los polos de desarrollo turístico atraen la inversión pública y privada, generan empleos y dinamizan la economía de las sociedades locales, las repercusiones van más allá de lo que estiman las estadísticas oficiales. El entorno ambiental, las realidades sociales y las condiciones de vida de quienes viven dentro o en torno a los escenarios paradisíacos que tanto dinero generan, disipan cualquier tipo de optimismo (Marín, 2012). En este sentido, México, Cuba, Brasil, Venezuela o Colombia en Latinoamérica, son ejemplos de cómo las aportaciones del turismo se desvanecen, debido sin duda a problemas sociales, políticos y económicos que son estructurales y que impiden salir a sus pueblos del círculo

de la pobreza (Córdoba y García, 2003). De acuerdo con estos autores, en las relaciones entre turismo y desarrollo se identifican dos hechos concretos: el grado de implantación de las actividades turísticas y el medio preexistente en el que se producen; y la difícil evaluación de sus efectos, siendo éstos de consecuencias más cualitativas que cuantitativas. Establecen que existen impactos del turismo que deben evaluarse con cuidado porque si bien pueden ser positivos en el orden estadístico o macroeconómico, en el orden social y en escalas de detalle pueden ser nocivos o, por lo menos, no cuantificables. Señalan tres grandes problemas en este sentido: a) el turismo genera una monetarización exagerada en las sociedades donde se implanta sin que existan procesos de adaptación (encarecimiento del suelo y ocupaciones y apropiaciones desordenadas), b) la aparición de nuevas necesidades y nuevas privaciones que pueden desembocar en los efectos (migraciones descontroladas, delincuencia y prostitución) en sociedades que antes tenían sus propios mecanismos de equilibrio y c) el desgaste de los bienes como el patrimonio natural y cultural que aportan las regiones como recursos endógenos. En este sentido, estos tres impactos generales que genera la actividad turística se perciben de manera directa dentro de las comunidades de los destinos turísticos cuando la calidad de vida y pobreza se hacen evidentes dentro de las estadísticas que contradicen los beneficios económicos, sociales y ambientales que supuestamente reciben. En este sentido, las estrategias y políticas han resultado insuficientes para el bienestar de la comunidad receptora y por lo que la reinvención de los destinos turísticos dentro de un marco de cambio social sigue siendo un aspecto prioritario en los escenarios presentes y futuros.

2. ESTRUCTURA REGIONAL DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS EN QUINTANA ROO, MÉXICO.

En efecto, cada destino turístico comprende una serie de particularidades que determinan los impactos de la actividad a partir de su estructura regional; sin embargo, en general presentan aspectos que de una u otra forma están estrechamente relacionadas con las que se presentan en destinos turísticos de economías en vías de desarrollo. Por ejemplo, para el caso de Quintana Roo Córdoba y García (2003) establecen que la construcción de la infraestructura turística ha determinado dos periodos importantes en los que se pueden identificar la presencia de estos impactos. El primero, en las décadas de 1970 y 1980 con el surgimiento y consolidación de Cancún, el mayor centro turístico del país. Este centro surgió y se desarrolló en el contexto de la planeación capitalista, bajo la política de creación de polos de desarrollo regional. El segundo, a partir de 1990 periodo en el que se inician cambios importantes con el desarrollo de una región turística de tipo lineal a lo largo del litoral. En este sentido, Cancún quedó definido como un centro para turismo masivo y con el Plan Estatal de Desarrollo 1993-1999 de Quintana Roo, se propuso el desarrollo de nuevos centros para un turismo más selectivo, cercano a la naturaleza y relacionado con la conservación del entorno ambiental. Por ello, en 1990 se consolida la "Riviera Maya" y en el año 2000, se inicia el desarrollo de la "Costa Maya".

Otros factores que se observan son los aspectos fisionómicos de los centros urbanos que se han desarrollado con carácter expansivo y de gran consumo de espacio como la privatización y acceso restringido a los atractivos naturales y culturales así como la segregación social y funcional aislados de los espacios turísticos de su entorno. Al respecto, se identifican cuatro tipos de espacios en la costa del Caribe Mexicano en el Estado de Quintana Roo (Córdoba y García, 2001): a) centros que son la manifestación de un turismo urbano consolidado (Cancún, Playa del Carmen y Tulum), b) centros turísticos

urbanos aislados (Puerto Aventuras, Akumal y Chemuyil); c) focos puntuales de turismo urbano, formados por emplazamientos que llegan a ser de grandes dimensiones, como el Barceló Riviera Maya y d) centros ecoturísticos, en los que existe una cierta diversidad que va desde los eco-parques temáticos (Xcaret y Xel-Há) hasta los postizos neo-lúdicos (Explorean Kohunlich*)*, pasando por el modelo de Mahahual, en pleno proceso de conformación. Finalmente, también la ubicación geográfica de los destinos (los del norte, centro y sur del estado) ha incidido la determinación de su estructura regional pues con ello han adquirido otras características propias como el tipo de turistas que reciben con base en la oferta y la demanda con la que operan.

2.1. Indicadores económicos del sector turístico y la pobreza en las comunidades de los destinos en Quintana Roo.

Como se mencionó anteriormente, en México el turismo se ha proyectado como una estrategia para impulsar el desarrollo económico de las regiones y para fomentar el mejoramiento de las condiciones sociales de sus habitantes (Marín, 2012). En este sentido, Quintana Roo es un estado que ha incidido de manera importante en las estadísticas nacionales con respecto a la actividad turística. Para 2013 captó 40% del total de divisas que ingresaron al país por concepto de turismo, con un total de 5,678.71 millones de dólares sobre un total nacional de 14,187,87 millones de dólares. En términos específicos, la Secretaría de Turismo del gobierno del estado de Quintana Roo (2014) presenta indicadores turísticos en forma comparativa del periodo enero-septiembre 2013 y 2014 de Cancún, Cozumel, Isla Mujeres, Chetumal y Riviera Maya donde en forma conjunta presentan la afluencia de turistas al Estado con 7,242,316 en el 2013 y 7,761,910 en 2014 con una diferencia del 7.2%. La ocupación hotelera presentó un 43.6% en el 2013 y 45.2% en el 2014 con una diferencia del 1.52%. Y la derrama económica en millones de dólares[1] de 5,814.61 en 2013 y 6,289.39 en 2014 con una diferencia de 8.2%. (SEDETUR, 2015).

Sin embargo, a pesar de que la Secretaría de Turismo reconoce a la industria turística como actividad generadora de progreso y bienestar, que le ha permitido tener mayor presencia en las agendas de los gobiernos locales, y que se ha mostrado como herramienta de política pública que contribuye a potenciar el crecimiento y el desarrollo en determinadas zonas regionales, también es pertinente reconocer la brecha de desigualdad con la presencia de la pobreza que está afectando principalmente a la población local de los destinos turísticos nacionales. De acuerdo con Marín (2012) a pesar de que las cifras respecto a las divisas que son producto del turismo internacional son representativas, paradójicamente se han desestimado una serie de problemas económicos, ecológicos y sociales que son patentes en los destinos turísticos donde Quintana Roo es un ejemplo de ello pues en la comunidad no se reflejan los beneficios de progreso y bienestar a los que refiere el estado.

Al respecto, el CONEVAL (Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social), una persona se encuentra en situación de pobreza cuando tiene al menos una carencia social[2] y su ingreso es insuficiente para adquirir bienes y servicios que requiere para satisfacer sus necesidades alimentarias y no alimentarias. También establece que la población vulnerable por carencias sociales es la que presenta una o más carencias

---

[1] El cambio de un dólar a pesos mexicanos de 12.68 en el 2013 y de 13.30 en el 2014.

[2] La carencia social está determinada por los seis indicadores de de rezago educativo, acceso a servicios de salud, acceso a la seguridad social, calidad y espacios de la vivienda, servicios básicos en la vivienda y acceso. a la alimentación.

sociales, pero cuyo ingreso es superior a la Línea de Bienestar[3] que permite identificar a la población que no cuenta con los recursos suficientes para adquirir los bienes y servicios que requiere para satisfacer sus necesidades básicas, aún si hiciera uso de todo su ingreso, y la vulnerable por ingresos a aquella que no presenta carencias sociales, pero cuyo ingreso es inferior o igual a la Línea de Bienestar.

A nivel nacional, el CONEVAL (2013) estableció a Quintana Roo en el lugar 20 en porcentaje de población en pobreza y el 14 en población en pobreza extrema respecto a las 32 entidades con un 38.8 % de los habitantes que se encontraban en situación de pobreza, lo que equivale aproximadamente a 563,000 personas de un total de 1.5 millones. En cuanto a las personas en situación de pobreza extrema, se registraron 122,000 personas representando 8.4 % de la población total que habitaba. Por último, el porcentaje de población no pobre y no vulnerable fue 24.6%, es decir, aproximadamente 357,000 personas percibieron un ingreso superior al requerido para cubrir sus necesidades y no padecieron ninguna carencia social durante el 2012. De manera más específica, los cuatro municipios con mayor número de personas representaron el 88.3% del total de la población en pobreza en el Estado, siendo Benito Juárez (185,311 personas), Othón P. Blanco (109,361 personas), Solidaridad (47,668 personas) y Felipe Carrillo Puerto (43,060), los que resultaron con el mayor número de personas en esta condición. (CONEVAL, 2013).En cuanto al número de personas en pobreza extrema, los cinco municipios con mayor número representaron el 87.7% de total de la población con 74,246 personas. En este caso, Benito Juárez y Othón P. Blanco fueron los que más destacaron con un total del 22, 652 y 21,980 personas, respectivamente. Los municipios de Felipe Carrillo Puerto, José María Morelos y Solidaridad también destacaron en este porcentaje con 14,944, 7,892 y 6,778 personas. (CONEVAL, 2013). Es importante destacar que tanto los resultados referentes a la pobreza y la pobreza extrema, Benito Juárez y Othón P. Blanco son los municipios que tienen el mayor número de personas en estas condiciones, lo que resulta alarmante pues en Benito Juárez se encuentra Cancún como un destino turístico de escala mundial y Othón P. Blanco como capital del estado que dejan en evidencia la concentración de la mayor parte del problema de la pobreza en Quintana Roo. Tal es el caso, que el Sistema Nacional para la Cruzada contra el Hambre (CNCH)[4], estableció que de los diez municipios de estado, dos (Othón P. Blanco y Benito Juárez) se encuentran dentro de los 400 municipios prioritarios de la CNCH definidos en 2013, y que representan el 71.5 por ciento del total de la población del estado (1’341,166 personas).(CONEVAL, 2013).

3. EL TURISMO JUSTO, FENÓMENO QUE IMPLICA EL ESFUERZO POR REDUCIR LA POBREZA.

Algunas iniciativas que se han enfocado en abatir la pobreza a través del turismo son como la que presenta la Asamblea General de las Naciones Unidas, quien adoptó una resolución trascendental al reconocer la contribución del turismo sostenible en la erradicación de la pobreza, el desarrollo de las comunidades y la protección de la biodiversidad (OMT, 2015). Otro ejemplo es la Conferencia Ministerial de la Organización Mundial del Comercio del 2003 celebrada en Cancún, que ha enmarcado al turismo como oportunidad

[3] Considerada la suma de los costos de la canasta alimentaria y no alimentaria.
4 El Sistema Nacional para la Cruzada contra el Hambre (CNCH) forma parte de un programa federal vigente en México desde el 2013 que pretende “garantizar la seguridad alimentaria y la nutrición de los 7.4 millones de mexicanos que hoy viven en condición de pobreza extrema, y contribuir al ejercicio pleno de su derecho a la alimentación” Dicho documento describe los criterios para definir a la población que se integrará para su desarrollo en los 400 municipios en la primera etapa de su implementación. (CONEVAL,2013).

de atenuación a la pobreza en los países más pobres del mundo. En este sentido, la OMT (en Palomo, 2003:1) establece que “el comercio de servicios turísticos representa un factor decisivo en el éxito del desarrollo y sostenibilidad del sistema del comercio mundial, de manera especial para los países más pobres del mundo a través del concepto *liberación de rostro humano*”, los cuales presentó en la Cumbre Mundial sobre Desarrollo Sostenible en Johannesburgo en el 2002.

En este sentido, el turismo justo es un fenómeno actual de gran relevancia que implica el esfuerzo por reducir la pobreza, crear empleo digno y contribuir a la armonía social entre la comunidad receptora y los demás actores que intervienen en la actividad económica del turismo. Tudurí (2007) menciona que desde la perspectiva del Turismo Justo, se incide especialmente en el desarrollo de una actividad turística desde la participación activa y directa de la población local en una relación de intercambio que garantice, a la vez, los niveles de calidad exigibles de los servicios ofrecidos y la distribución equitativa de sus márgenes de beneficio.

Hasta el momento no existe un solo concepto que sirva para definir al Turismo Justo. A pesar de ello, es claro que su razón de ser se deriva del concepto de Comercio Justo el cual surge en 1964 en Europa, en la I Conferencia de la UNCTAD (United Nations Conference on Trade and Development), como un término que es “aplicado a las operaciones comerciales que potencian la posición económica de los pequeños productores y propietarios con el fin de garantizar que no queden marginados a la economía mundial” (Palomo, 2003: 22 pp). Esta dinámica de actores ha estado presente desde los inicios de la actividad económica del turismo, pero es a partir de la utopía de la corriente del desarrollo sostenible, donde surge la necesidad de un cambio radical de paradigma y con ello iniciativas como el Comercio Justo, la Nueva Ruralidad, la Comunalidad y el Buen Vivir, que de la mano con la corriente del capital social y humano promueven al turismo, como oportunidad para contribuir al alivio de la pobreza entre la comunidad receptora de los países subdesarrollados.

Si se relacionan los conceptos comercio justo y turismo, de acuerdo con Gomis (2012) se obtiene un nuevo concepto que proporciona una visión autocrítica, que cuestiona algunas visiones optimistas sobre el papel del turismo en el crecimiento económico de los países en vías de desarrollo. Aunque también puede afirmarse que por sus características específicas, su transversalidad y multidisciplinariedad, el turismo justo podría ser más efectivo en el diseño de políticas en la lucha contra la pobreza y la desigualdad. Sin embargo, el turismo justo deberá tornar hacia una línea más humana en su evolución pues la adaptabilidad hacia el modelo actual del desarrollo sostenible podría determinar su rechazo futuro dentro de la sociedad inmersa en los destinos turísticos, pues se estaría consolidando como un discurso más de grandes aspiraciones, más no posibles. Por lo anterior mencionado, es evidente que, “Existe una necesidad apremiante de comprender el turismo como una forma de movimiento humano dentro de un espectro mucho más amplio de las movilidades sociales y físicas” (Hall, Coles y Duval, 2005: 181), que permita la capacidad productiva de pensamiento, la construcción de un cuerpo teórico, metodológico y sobre todo epistemológico que revalore la importancia de contextualizar el fenómeno en la realidad inmediata (Castillo, 2010). Es decir, direccionar al turismo en un contexto más justo, humano y sostenible.

3.1. Hacia la construcción del turismo justo bajo un enfoque humano sostenible

A pesar que el Turismo Justo puede percibirse como un fenómeno que en la actualidad no cuenta con un modelo que disminuya los desequilibrios sociales, sobre todo en países subdesarrollados y que sea compatible con los modelos de desarrollo turístico vinculados a la sustentabilidad y no con los que "siguen el patrón convencional salvo por las justificaciones de conservación de los entornos, respeto a las culturas locales, soporte de carga espacial y generación de empleos, entre otros, que pretenden hacer válida la estructura y funciones del sistema turístico para que sea más equitativo, justo y tolerante en apariencia, sobre todo cuando se observan necesidades e intereses encontrados en los actores involucrados" (Vargas y otros, 2011: 707), los esfuerzos que se han logrado han sido considerables. Algunos ejemplos son como el de Tudurí (2007), quien publicó una guía solidaria apta para el público en general donde integra 30 propuestas de viaje que enfatiza hacer de la importancia del Turismo Justo e incluso se explica el esfuerzo de autor junto con otros colaboradores en crear la Asociación del Turismo Justo en 2006. Por otra parte, Banda y Santiago (2014) proponen el Turismo Justo como una estrategia turística sustentable para combatir la pobreza en la comunidad rural de Hueyapan, ubicada en la Sierra Norte de Puebla. Ambas investigaciones adquieren integran aspectos generales del Turismo Justo pero no en un sentido conceptual o fenomenológico, sino más bien como un complemento de una oración o como consecuencia de una idea previa. Sin embargo, a pesar que así se presentan, estas investigaciones integran un fuerte contenido de temas relacionados al "turismo justo" y "desarrollo sostenible".

Por lo anterior mencionado, al abordar al Turismo Justo como objeto de estudio, fundamentalmente se podrían identificar dos enfoques: desde la parte económica y desde la parte social. A partir de la línea económica cuando se focaliza en los prestadores de servicios turísticos y la forma en que el comercio monopolizado imposibilita la inserción de empresas locales a la dinámica turística de forma competitiva y justa. Y desde la parte social, cuando se focaliza el estudio desde el individuo ya sea como turista, como integrante de la comunidad o como trabajador turístico. Y como trabajador turístico, a partir de la búsqueda de estrategias para potenciar los niveles de bienestar social, económico y ambiental que permita legitimar al turismo como actividad económica que brinda un trabajo justo a la comunidad de los destinos. Así, el Turismo Justo, entendido como un fenómeno actual de gran relevancia que implica el esfuerzo por reducir la pobreza, crear empleo digno y contribuir a la armonía social entre la comunidad receptora y los demás actores que intervienen en la actividad económica del turismo, estará estrechamente relacionado con teorías como el Comercio Justo, la Nueva Ruralidad, la Comunalidad, Buen Vivir y Desarrollo Humano, orientándolo como un fenómeno de enfoque antisistémico y de visión alterna al desarrollo del turismo. En este sentido, se comprende como el Comercio Justo como una forma de comercio alternativa al comercio convencional a partir de una relación de socios en comercio que tiene como meta el desarrollo sostenible de los productores marginados y en desventaja. (FINE, en Vizcarra, 2002). La Nueva Ruralidad ofrece una manera de entender ese proceso de mejora del bienestar social, a través de un análisis diferente de la relación campo-ciudad, donde los límites entre ambos ámbitos se desvanecen, sus interconexiones se multiplican, se confunden y se complejizan (Barkin, 2011). Se interpreta como una forma de reconsiderar el desarrollo rural para lograr reducir la pobreza; lograr la sustentabilidad ambiental, la equidad de género, la revaluación del campo, su cultura y su gente; facilitar la

descentralización y la participación social, superar la división rural-urbana, y garantizar la viabilidad de la agricultura campesina (Kay, 2009). La comunalidad abarca cuatro elementos centrales (territorio, trabajo, poder y fiesta comunales) que son atravesados por los demás elementos de la cultura (lengua, cosmovisión, religiosidad, conocimientos, tecnologías, etcétera) en un proceso cíclico permanente (Maldonado, 2002). El buen vivir, se delimita como una plataforma donde se posee de un horizonte utópico de cambio identificando valores intrínsecos en lo no-humano como uno de los elementos más importantes así como la descolonización de saberes o el abandono de las racionalidades que buscan la manipulación y la dominación (Gudynas, 2011). Y finalmente, el Desarrollo humano que busca garantizar el ambiente necesario para que las personas y los grupos humanos puedan desarrollar sus potencialidades y así llevar una vida creativa y productiva conforme con sus necesidades e intereses fundamentadas en la construcción de capacidades humanas (llevar una vida larga y saludable, acceso a los recursos que les permitan vivir dignamente y la posibilidad de participar en las decisiones que afectan a su comunidad). (PNUD, 2015).

4. EL DESARROLLO TURÍSTICO DE QUINTANA ROO DESDE LA ÓPTICA DEL TURISMO JUSTO

El desarrollo turístico de Quintana Roo desde la óptica del turismo justo adquiere valor propio pues constituye un estado clave en el tema turístico a escala nacional e internacional que se presentan dentro de las estadísticas más recientes de la actividad del turismo y que además, presentan desigualdades sociales, económicas y ambientales a pesar de tener al turismo como actividad económica principal. De esta manera, genera especial atención el estudio de los destinos turísticos de Quintana Roo pues desde una perspectiva alternativa, se trata visualizar al turismo a partir de aspectos sociales y humanos como atributos principales que conforma el Turismo Justo necesarios en los escenarios que actualmente presentan. Por otra parte, la importancia radica en consolidar ésta visón hacia las instituciones públicas y privadas de un determinado destino, pues al final son las encargadas y responsables directas de reintegrar los beneficios que emanan de la actividad sobre la comunidad local. Las públicas, porque de ellos depende la gestión, promoción, coordinación y supervisión de la dinámica turística en los destinos turísticos así como la infraestructura básica para la operatividad de los servicios. Las privadas porque de forma directa son los que están en contacto con la comunidad local en aspectos de generación de empleos bien remunerados de condiciones plenas y relacionados con el marco regulador de derechos y clima laboral.

5. CONCLUSIONES

Son indiscutibles los resultados de un turismo convencional que muestra que no se ha logrado el bienestar planeado, toda vez que el turismo visto como estrategia para disminuir la pobreza ha fracasado porque las comunidades no tienen acceso a los beneficios prometidos, lo cual es evidente en los impactos que se han generado en la calidad de vida y niveles de pobreza. La ausencia de un modelo económico que se sensibilice en integrar aspectos de solidaridad, distribución igualitaria y la generación de trabajo digno y estable, ha demostrado que el sistema turístico global es “injusto”, lo cual ha dificultado el acceso a nuevas visiones que persigan el alcance no sólo de los beneficios económicos sino también

de su desarrollo humano de las comunidades receptoras y los actores locales que intervienen en la actividad.

La realidad demuestra que el turismo en Quintana Roo está integrado por actores dentro de un sistema que persiguen la búsqueda individual de la máxima satisfacción, ingreso y de lucro mediante la explotación del trabajo ajeno, lo cual ha creado un estado de vulnerabilidad entre los menos beneficiados (que son la mayoría en los grandes destinos), y el cual se ha reflejado en los índices de pobreza en un marco de trabajos mal remunerados, explotación laboral, suicidios, endeudamiento, etc., que pone en duda sí la actividad turística beneficia de manera real a la comunidad. Por otro lado, también debe reconocerse que pese a los escenarios que presentan los destinos turísticos en Quintana Roo, existen organizaciones e investigadores interesados en encontrar alternativas para subsanar estas problemáticas a través de un turismo más razonable entre la sociedad y el medio ambiente. El turismo justo podría integrarse en esta labor. Sin embargo, cualquiera que sea la postura de estudio y aplicación, en los esfuerzos que diferentes organismos sociales, públicos y privados han realizado para consolidar al Turismo Justo como mecanismo para potenciar el desarrollo humano en los actores que participan en la actividad turística, previamente se deberán abordar algunos aspectos que limitan su desarrollo.

Revelar desde la óptica del Turismo Justo el desarrollo turístico en Quintana Roo podría depender de algunos factores fundamentales: la construcción de un modelo teórico – metodológico para el análisis del desarrollo turístico desde su perspectiva, la identificación de los impactos que se han generado en la calidad de vida y los niveles de pobreza entre los trabajadores que se han integrado a la actividad turística en los destinos turísticos y en la determinación del el papel que desempeña el turismo justo en la satisfacción de necesidades humanas y como mecanismo para elevar la calidad de vida entre los trabajadores turísticos. Sin embargo, en el proceso de reinvención de los destinos turísticos consolidados, como lo son en la mayoría en el estado de Quintana Roo, vale la pena este esfuerzo de cambio social y de condiciones laborales que permita la disminución de los escenarios de crisis social, ambiental y económica.

BIBLIOGRAFÍA

BANDA, G. y SANTIAGO, M. (2014): "Turismo justo: estrategia para combatir la pobreza en Hueyapan". *El Periplo Sustentable*, volumen 26, Enero-junio 2014 pp. 7-46.

BARKIN, D., y RODRÍGUEZ G. (2011): **"**¿Es posible un modelo alterno de acumulación? Una propuesta para la nueva ruralidad". *Polis,* volumen 13, pp. 2-8.

CASTILLO, M. y PANOSSO, A. (2010): "*Epistemología del turismo: estudios críticos*", Trillas, México, D.F.

CONEVAL. (2013): **"***Informe de pobreza y evaluación. Quintana Roo. 2012-2013"*, Consejo Nacional para la Evaluación de la Política de Desarrollo Social, México, D.F.

CÓRDOBA, J., y DE FUENTES, A. G. (2001): "Servidumbres del desarrollo: segregación social y funcional de los espacios turísticos en Quintana Roo (México)". *Actas del 8 Congreso de Geógrafos de América Latina*, pp. 710-721.

CÓRDOBA, J. y ORDÓÑEZ, A. (2003): "Turismo, globalización y medio ambiente en el Caribe mexicano", *Investigaciones geográficas*, volumen 52, Julio 2003, pp.117-136.

GOMIS, J. M. (2012): *Turismo justo, globalización y TIC*, Editorial UOC, Barcelona.

GUDYNAS, E. (2011): "Buen Vivir: Germinando alternativas al desarrollo". *América Latina en movimiento*, volumen *462*, Febrero 2011, pp. 1-20.

HALL, C. M., COLES, T., y DUVAL, D. T. (2005): "Sobre el turismo y la movilidad en tiempos de movimiento y conjetura posdisciplinar". *Política y sociedad*, volumen *4*, pp. 181-198.

KAY, C. (2009): "Estudios rurales en América Latina en el periodo de globalización neoliberal:¿una nueva ruralidad?" *Revista Mexicana de Sociología*, volumen 71, Octubre-Diciembre 2009, pp. 607-645.

MALDONADO, B. (2002): *Autonomía y comunalidad india: enfoques y propuestas desde Oaxaca*, Secretaría de Asuntos Indígenas del Gobierno del Estado de Oaxaca, México.

MARÍN, G. (2012): "Los tristes trópicos del turismo en México: industria, reflexividad y otras ficciones", en Marín, G. (Ed.), *Turismo, globalización y sociedades locales en la península de Yucatán, México*, colección número 7, pp. 17-43.

OMT. (2015): *Asamblea General de las Naciones Unidas: El turismo sostenible como instrumento de reducción de la pobreza y protección del medio ambiente*. Organización Mundial del Turismo, New York –Madrid.

PALOMO, S. (2003): "Turismo justo: cambiar las reglas". *Revista Editur,* volumen 7, Noviembre 2007, pp. 20-24.

PNUD (2015): Desarrollo humano: ¿Qué es el desarrollo humano?, Informe de Desarrollo Humano", PNUD.

SECTUR (2014): *Segundo informe de labores 2013-2014*. Secretaria de Turismo, México, D.F.

SEDETUR (2015): *Estadísticas básicas septiembre 2014*. Dirección de Planeación y Desarrollo del Gobierno del estado de Quintana Roo, Chetumal, Q. Roo, Disponible en http://192.185.48.194/~argimx/estadisticas/indicadores/2014/Indicadores%20Turisticos%20Septiembre%202014.pdf consultado el 03 de febrero de 2015.

TUDURÍ, C. (2007): *Turismo responsable 30 propuestas de viaje*, Soler Taller Gráficas. Madrid.

VARGAS, E.; CASTILLO, M.; y ZIZUMBO, L. (2011): "Turismo y sustentabilidad: Una reflexión epistemológica". *Estudios y perspectivas en Turismo*, volumen 20, mayo 2011,

pp. 706-721.

VIZCARRA, G. (2002): El Comercio Justo: una alternativa para la agroindustria rural de América Latina. *Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación–Oficina Regional para América Latina y el Caribe, Santiago, Chile*.

REINVENCIÓN DE DESTINOS TURÍSTICOS. ESTRATEGIAS Y POLÍTICAS

El impacto y la dimensión de la movilidad no motorizada en la Quinta Avenida, Playa del Carmen, Quintana Roo (potencial para reconvertir el modelo turístico y urbano)

Karl Lalanne Kersten
Antonio Suárez Bonilla
Peter Theis

Universidad de Quintana Roo, Unidad Académica Playa del Carmen. México

RESUMEN

Esta investigación analiza el impacto y la dimensión de la movilidad no motorizada en la Quinta Avenida, Playa del Carmen, Quintana Roo. El trabajo se divide en dos partes: la primera estudia el modo de transporte en el cual los visitantes acceden a las zonas turísticas. El transporte tiene dos grupos, motorizados y no motorizados. Este último está conformado por viajes peatonales y ciclistas. Asimismo, el primer espacio de análisis describe la estructura urbana, el concepto de accesibilidad, las barreras urbanas y los conectores. La segunda parte se enfoca en el impacto de la peatonización y las tendencias a un turismo sostenible; además de profundizar sobre el potencial económico de la movilidad no motorizada, mediante un estudio cuantitativo que da a conocer el gasto per cápita de los turistas que visitan la Quinta Avenida. Los resultados aportan información relevante para desarrollar estrategias encaminadas a reconvertir no sólo al destino turístico, sino a la ciudad en general, dentro del marco del desarrollo sustentable.

El objetivo del estudio sobre el flujo de peatones ayuda a dimensionar las formas de movilidad sustentable y su capacidad de atracción de turistas; mientras el estudio cualitativo arroja información perceptual sobre la calidad de vida y la eficacia de la experiencia turística en uno de los destinos más importantes para la actividad económica del turismo a nivel nacional.

Palabras clave: Movilidad, turismo, ciudad, sostenibilidad, equidad.

ABSTRACT

Impact of Non Motorized Mobility at Playa del Carmen study is a tourism urban life research finding out about the quality of the urban structure based on pedestrians and cyclist growing numbers as a result of new world tourist trending and the reinventing potential for a tourism destination with big economic forces in the Caribbean and the Latin

Keywords: Mobility, tourism, city, sustainability, equity.

METODOLOGÍA

Para el desarrollo del análisis se aplicó el método mixto, conformado por el cualitativo y cuantitativo. Las técnicas longitudinales corresponden a estudios de preferencia declarada que investigan las prácticas de los viandantes, la percepción del espacio urbano, el potencial de atracción del destino en relación con la movilidad y la funcionalidad urbana en torno de la población local. En cuanto a las técnicas transversales, éstas corresponden al dimensionamiento en el flujo de peatones, los tiempos y las distancias de recorrido.

En el trabajo cuantitativo se hicieron doce muestreos transversales con temporalidades controladas antes, durante y despúes de la temporada turística alta. El muestreo se efectuó en lapsos de doce horas continuas, en un horario de 9:00 a.m. a 9:00 p.m. Cada hora se dividió en seis conteos de diez minutos. El conteo se realizó de forma manual, utilizando contadores mecánicos y líneas de cruce sólo para peatones. La selección de la muestra se hizo con base en el criterio de punto de atracción y distancia intermedia para evitar sesgos en puntos de máximo y/o mínimo transito; se seleccionó la esquina de La Quinta Avenida y la Calle 18 (Constituyentes) que corresponden a la distancia intermedia de 1.130 metros desde cada una de los extremos de la calle seleccionada; es decir, se eligió el punto intermedio del principal tramo de la vía (y se omitió el conteo en los días con presencia de lluvia para no sesgar la muestra por eventos meteorológicos).

La obtención de información estadística básica consistió en la aplicación de la siguiente fórmula, principalmente para calcular media:

$$\bar{x} = \frac{1}{n}\sum_{i=1}^{n} a_i = \frac{a_1 + a_2 + \cdots + a_n}{n}$$

La técnica cualitativa consistió en la recopilación de información de primera fuente por medio de un estudio de preferencia declarada, basado en un modelo de cuestionario de ocho preguntas y cincuenta variables. El cuestionario se aplicó de forma paralela al estudio cuantitativo, con la misma temporalidad y frecuencia, y en dos idiomas: español e inglés. Se contestaron 307 cuestionarios, 158 en español y 149 en inglés, además de 35 reactivos para calibrar el primer cuestionario. La metodología incluyó la capacitación de tres encuestadores y la supervisión de dos especialistas bilingües de tiempo completo.

1. FORMAS URBANAS EN UN MODELO DE CORREDOR TURÍSTICO CON CONECTORES Y BARRERAS

1.1 Forma urbana y modelo de corredor turístico

La ciudad de Playa del Carmen es el centro geográfico de un corredor turístico conocido como Riviera Maya; se encuentra a 75 kilómetros al sur de Cancún y 83 de Tulum. Factores como el grado de desarrollo económico e infraestructura le confieren atributos de centralidad regional en relación con los tres municipios vecinos: Benito Juárez, Tulum y Cozumel.

El modelo de corredor turístico se articula a través de la carretera federal número 307,eje nodal para la movilidad y el desarrollo de la franja costera del caribe mexicano. Como tal, este modelo de corredor urbano mantiene influencia en la región circundante a cada localidad (Parr 2005, 2007). Cada año más de cinco millones de turistas recorren los 130 kilómetros

en los que se encuentra la mayor oferta de hospedaje de playa en todo México. A la fecha se reportan más de 30 mil cuartos y múltiples atracciones que empiezan a consolidar un continuo desarrollo interurbano y lineal entre las principales ciudades costeras. Este modelo de crecimiento se refleja también al interior de las poblaciones, cuyo patrón de crecimiento se da, principalmente, a lo largo de la carretera federal, lo que ha contribuido a la conurbación entre algunos centros de población y a la generación de una mayor demanda de transportación interurbana y accesibilidad local. También es notoria la aparición de barreras urbanas y la falta de conectores, que cooperan a la integración entre las poblaciones y al interior de éstas.

La presente investigación indaga sobre el estado de la movilidad no motorizada, tomando como punto de atraccion la Quinta Avenida. Ahora bien, por una parte, se entiende por movilidad general al conjunto de desplazamientos en el territorio (Delgado 2001: 359) y a la movilidad no motorizada como una alternativa, no obligada o voluntaria (Rodríguez 2006). Por otra parte, para comprender la forma urbana y los posibles escenarios para reconvertir el destino turístico de cara a una sostenibilidad urbana, se describen los siguientes conceptos claves en relación con la Ciudad de Playa del Carmen: accesibilidad, barreras y conectores.

1.2 Accesibilidad, barreras y conectores

Se entiende como accesibilidad a la forma en que la población residente y visitante puede acceder para utilizar o visitar los espacios abiertos, servicios, paisajes y benefactores dentro del espacio urbano. Los tres principales condicionantes que incrementan o reducen la accesibilidad urbana son: 1) la cantidad de espacio público disponible en un entorno urbano; 2) la eliminación o reducción de los obstáculos que dificultan la conexión entre población y espacios abiertos, y 3) las opciones de movilidad existentes entre población y espacios abiertos.

Por su parte, las barreras urbanas se definen como las estructuras o reservas naturales que limitan o entorpecen la accesibilidad, movilidad e interacción de las personas y otras especies (Suárez 2011: 30). En tanto, los conectores o ligas urbanas son aquellos espacios lineales o franjas de tierra, calles, parques lineales, corredores peatonales, ciclovias y vialidades susceptibles de modificaciones que incentivan la movilidad sustentable y la continuidad de ecosistemas (Suárez 2011: 30).

En Playa del Carmen se identifican dos tipos de estructuras urbanas. Primero, las llamadas reticulares, con calles y avenidas que se intersectan y comunican de forma regular; y, segundo, las orgánicas, que corresponden a diseños basados en atributos paisajísticos. Dentro de las primeras se encuentran la Zona Centro, la Colonia Colosio y El Ejido, además de otras nuevas áreas. En las estructuras orgánicas destacan el desarrollo Playacar, Selvamar, Mayakoba y otros de gran extensión, en una mezcla de suelo de uso turístico y habitacional.

Las principales barreras urbanas de la ciudad de Playa del Carmen están conformadas por infraestructuras de comunicación como la carretera federal número 307, que por su intensidad divide la ciudad en dos: oriente y poniente. Se localiza otro tipo de barrera conformado por infraestructura turística de reciente creación, hoteles, campos de golf y desarrollos habitacionales de acceso controlado y aislados en su trama vial de la ciudad; estos se ubican principalmente en el lado oriente, del lado de la franja costera.

Cabe destacar que la desvinculación entre las diferentes tramas urbanas presenta una tendencia hacia la fragmentación espacial y social por la falta de conectores, espacios públicos de calidad y modos de transporte sostenibles e incluyentes que, en conjunto, garanticen la seguridad vial, la accesibilidad y la equidad. De acuerdo con el especialista en movilidad Graizbord, el crecimiento de la ciudad desborda los límites del asentamiento original (Graizbord 2008: 72), por lo cual es necesario nueva infraestructura que pueda retejer a la ciudad de Playa del Carmen en beneficio de la población local.

En contraposición, los principales conectores de la ciudad y principales espacios públicos son las playas y la emblemática calle peatonal Quinta Avenida. Mientras las playas presentan una accesibilidad acotada por la saturación de infraestructura turística, así como la disminución de los frentes de playa por condiciones climáticas y ambientales, la Quinta Avenida constituye un corredor de accesibilidad universal con infraestructura y diversos modos de transporte, como peatonal, ciclista, terrestre, marítimo e inclusive aéreo.

2. ORIGEN HISTÓRICO Y DIMENSIÓN CUANTITATIVA DE LA MOVILIDAD PEATONAL A LO LARGO DE LA QUINTA AVENIDA EN PLAYA DEL CARMEN

2.1 Origen histórico y trascendencia urbana de la Quinta Avenida en Playa del Carmen

La calle conocida como Quinta Avenida, ubicada en la ciudad de Playa del Carmen, constituye uno de los principales espacios relacionados con la movilidad y el turismo. Su importancia tiene un origen histórico, ya que le da origen al ordenamiento numérico de las avenidas y calles que conforman la estructura reticular. Esta característica no es aislada, ya que la catalogación numérica, que en principio se le otorgó de forma "arbitraria o anecdótica", impacta en la totalidad de la ciudad.

Al referenciar la calle más cercana a la franja costera como la Quinta Avenida, las siguientes vías paralelas fueron nombradas también en rangos de cinco en cinco, siendo la siguiente paralela la avenida 10 y subsecuentemente la avenida 15, 20, etcétera, con una alineación norte-sur, respecto a la geografía costera. En consecuencia, se decidió nombrar al resto de las vías perpendiculares como "calles", otorgando así un carácter y ordenamiento turístico que originalmente la ciudad no tenía (Arendt 1999: 236).

Dentro del ámbito anecdótico, se cuenta que esta avenida fue bautizada por los mismos turistas como "La Quinta", esto en referencia a la quinta avenida de la ciudad de Nueva York, ya que en un principio esta pequeña calle de Playa del Carmen, que medía sólo 100 metros desde la calle Juárez hasta lo que hoy en día se conoce como la calle 2, era el único lugar de la ciudad en el cual los turistas podían realizar algunas compras de *souvenirs*. Con la afluencia turística constante, los pequeños comercios, restaurantes y hoteles conformaron lo que hoy se conoce internacionalmente como La Quinta Avenida de Playa del Carmen. La importancia de la economía local y regional a lo largo de esta calle es creciente, buena parte de la atracción de viajes y de turismo confluye en este punto de encuentro, considerada como la calle peatonal más larga de México, con cuatro kilómetros de longitud. Sin embargo, esta particularidad en el modelo de crecimiento urbano, vislumbra algunas problemáticas derivadas de la inequidad en la inversión pública y la concentración de riqueza en una de las calles de la ciudad (Ascanio 2007: 96).

Además de su longitud e importancia económica, la Quinta Avenida es una de las calles más

visitadas en todo el país. Cuenta con un promedio de 23 mil peatones al día, de acuerdo con los aforos realizados en la presente investigación. Esta cuantificación la coloca como la segunda calle peatonal más transitada, después de la calle Madero, ubicada en el Centro Histórico de la Ciudad de México, que llega a tener hasta 110 mil peatones al día (Autoridad del Centro Histórico, GDF, 2013). La suma de estas características urbanas, económicas y sociales hacen de esta calle el espacio ideal para el análisis e investigación sobre los tipos de movilidad relacionados con el turismo de la región y su potencial para reconvertir el destino hacia nuevas formas de sostenibilidad urbana.

2.2 Dimensión cuantitativa de la movilidad peatonal de la Quinta Avenida en Playa del Carmen

La obtención de los flujos peatonales consistió en recabar información real para diferenciar y dimensionar la movilidad en relación con el concepto de calidad de vida urbana, tanto para los habitantes locales como para los visitantes, tal como lo define (Myers 1994) desde una perspectiva ecológica que interrelaciona los procesos de desarrollo y planeación urbana. Ejemplo de esto son la disminución de los tiempos de transporte, mejoramiento del espacio público, sustitución de los viajes motorizados por no motorizados y, en general, la contribución a la mejora en la actividad física, la salud de la población y la equidad.

En el caso de Playa del Carmen, la movilidad no motorizada, que incluye viajes peatonales y ciclistas, juega un papel fundamental, no sólo para la recreación sino como elemento para la inclusión social y la dispersión de beneficios económicos por medio del establecimiento de conectores en donde actualmente existen barreras.

En la Quinta Avenida todos los días transita en promedio el equivalente al 12 por ciento de la población total de Playa del Carmen, con máximos por arriba del 15 por cinto, dependiendo de la época, la hora y las condiciones climatológicas.

A continuación se presenta la síntesis del análisis cuantitativo para obtener la estimación promedio de peatones por día, hora y minuto a lo largo de la Quinta Avenida.

Peatones por día. Los máximos de peatones por día que se concentran en la Quinta Avenida son muy altos para una ciudad con una población de 193 805 habitantes, incluso si se desagregan los turistas, se concluye que la Quinta Avenida cuenta con una gran capacidad de atracción regional y, en momentos, llega a la saturación peatonal. Los efectos de esta atracción y de la concentración de visitantes en el espacio físico son distintos y diferenciados. Por un lado, la saturación de peatones a lo largo de una sola calle concentra la inversión pública y privada, generando un sistema inequitativo de dispersión económica; mientras que otro efecto es positivo, ya que la cantidad de peatones presentes marca una clara preferencia hacia un modo de turismo con capacidad y demanda para reconvertir el destino hacia formas sostenibles en relación con el uso del espacio público y la movilidad en benefico de la población local.

Tabla 1. Máximo y media de peatones por día (9:00 a 21:00 horas) en la Quinta Avenida 2015

Máximo de peatones / Día	30 357
Media de peatones /Día	23 705

Fuente: Elaboración propia a partir de estudio de campo 2015.

Peatones por hora. En cuanto a los flujos peatonales por hora se logra distinguir una tendencia clara de mayor afluencia hacia la tarde/noche. Esta tendencia marcada en las tablas coincide con la puesta del sol, el fin de las actividades de playa y la jornada laboral, así como mejores condiciones climáticas que ofrecen mayor confort para la estancia prolongada en el espacio exterior urbano.

Tabla 2. Máximo y media de peatones por hora en la Quinta Avenida 2015

Máximo de peatones / Hora	4 868
Mínimo de peatones / Hora	529

Fuente: Elaboración propia a partir de estudio de campo 2015.

Peatones por minuto. Los máximos por minuto llegan hasta 86 peatones, es decir 1.4 peatones por Segundo. Este número es proporcionalmente alto si se calcula que la calle tiene una sección o ancho peatonal que va de los seis a los ocho metros, lo cual implica que en la Quinta Avenida ya existe una saturación conforme a los índices que miden el confort peatonal en condiciones optimas, estos índices proponen un máximo de hasta doce peatones por minuto por cada metro de área caminable (Gehl 2008), una vez que se supera esta densidad se generan problemas de confort y seguridad y se reduce la calidad de la experiencia.

Aforo de peatones por minuto

Tabla 3. Máximo y media de peatones por día (9:00 a 21:00 horas) en la Quinta Avenida 2015

Máximo de peatones / minuto	86
Media de peatones / segundo	1.6

Fuente: Elaboración propia a partir de estudio de campo 2015.

A continuación se explican los principales resultados de las técnicas de investigacion longitudinales en relación con otros datos transversales.

2.2 Origen de peatones que tienen como destino la Quinta Avenida y los modos de transporte que se utilizan para llegar a ésta

Los siguientes datos evidencian la capacidad de atracción local, regional e internacional que tiene la Quinta Avenida con repercusión a la ciudad en general.

La información arroja que 54 por ciento de los que caminan en la Quinta Avenida provienen de una distancia menor a los siete kilómetros, es decir, vienen desde la misma ciudad y como tal se les considera como viajes locales, mientras que el 28 por ciento proviene de lugares que se encuentran fuera de la zona urbana, a distancias de entre diez y treinta kilómetros, a

estos viajes se les considera como viajes periurbanos e interurbanos. Finalmente, existe un 18 por ciento de viajes hacia la Quinta Avenida, que se originan en otras ciudades que se encuentran a una distancia de entre treinta y sesenta kilómetros, es decir, viajes completamente interurbanos.

Tabla 4. Origen de viajes en rango de kilómetros hacia la Quinta Avenida 2015

Distancia	% viajes
Viajes que se originan a menos de 7 kilómetros de distancia de la Quinta Avenida	54%
Viajes que se originan a distancias de entre 10 y 30 kilómetros de la Quinta Avenida	28%
Viajes que se originan a distancias de entre 30 y 60 kilómetros de la Quinta Avenida	18%

Fuente: Elaboración propia a partir de estudio de campo 2015.

De estos datos se concluye que dadas las características urbanas tanto la zona central de la ciudad como el fraccionamiento Playacar presentan cualidades de proximidad, accesibilidad y calidad de vida urbana deseables (Graizbord 2014). Del 100 por ciento de los viajes a la Quinta Avenida, 34 por ciento se originan en la zona central de Playa del Carmen y 20 por ciento más tienen como origen el fraccionamiento Playacar, ambas zonas consideradas como centrales. Sin embargo, en el caso de Playacar, la accesibilidad es selectiva y controlada, debido a que el fraccionamiento sólo permite la entrada y salida de turistas y colonos a la vez que limita el uso público, lo que convierte a Playacar en una barrera urbana en perjuicio de la población local que no vive, se hospeda o trabaja en el desarrollo turístico habitacional Playacar.

En cuanto al modo de transporte que eligen aquellos que caminan por la Quinta Avenida para llegar a ésta, los datos arrojan los siguientes porcentajes por modo:

Tabla 5. Modos de transporte utilizados para llegar a la Quinta Avenida 2015

Modo de transporte	
Viajes que se hacen caminando todo el trayecto hasta la Quinta Avenida	37%
Viajes que se hacen en taxi hasta la Quinta Avenida	27%
Viajes que se hacen en automóvil particular hasta la Quinta Avenida	15%
Viajes que se hacen en *shuttle* (autobús privado) hasta la Quinta Avenida	8%
Viajes que se hacen en bicicleta hasta la Quinta Avenida	4.5%
Viajes que se hacen en autobús hasta la Quinta Avenida	4.5%
Viajes que se hacen en barco hasta la Quinta Avenida	4%

Fuente: Elaboración propia a partir de estudio de campo 2015.

De los datos se concluye que mientras el 41.5 por ciento de los viajes hacia la Quinta Avenida se realizan en modos no motorizados, el restante 58.5 por ciento se hacen en transportes motorizados, estos últimos desde localidades que se encuentran a distancias de entre 10 y 60 kilómetros, lo que es evidencia del poder de atracción regional de la Quinta Avenida.

El hecho de que el 41.5 por ciento de los viajes para llegar a la Quinta Avenida se realicen en medios no motorizados (caminata y ciclismo) revela el enorme potencial que tiene la ciudad de Playa del Carmen para reconvertir al destino con base en un mercado que promueva la actividad física, la salud y las formas de movilidad sostenible, tema que se describe en el texto *"Marketing de destinos turísticos"* (Bigne, Font y Andreu 2000), principalmente enftizando la importancia de el caminar y andar en bicicleta si es que se hace de forma extensiva hacia el resto del tejido urbano como modelo de ciudad turística.

Los datos expuestos aportan una primera dimensión sobre el impacto regional y las implicaciones económicas, sociales y ambientales que genera la Quinta Avenida. En el ámbito local, es evidente que existe un alto porcentaje de viajes que actualmente se realizan en medios no motorizados (41.5 por ciento) y que estos mismos podrían aumentar, siempre y cuando existan las condiciones locales de seguridad vial, infraestructura y accesibilidad, particularmente para aumentar el número de viajes ciclistas en favor de la población local, tal como veremos en la siguiente parte.

2.3 Tiempos caminados y calorías consumidas

El tiempo destinado a caminar en la Quinta Avenida revela información importante en relación con las actividades urbanas, el gasto energético y la preferencia hacia realizar actividades físicas en el espacio público.

El 36 por ciento de los caminantes entrevistados afirmó que caminaría de 30 a 45 minutos, tiempo que equivale a un gasto promedio de 100 calorías (Gyplan.com), mientras un 34 por ciento optó por un tiempo de 45 a 60 minutos, es decir, un gasto promedio de 210 calorías. Ambos datos revelan la disponibilidad del 70 por ciento de los caminantes por realizar paseos peatonales de entre 30 y 60 minutos, lo cual supone un modelo urbano extraordinario para la dispersión de ingresos y la revitalización urbana, si ese tiempo que dedican los viandantes se pudiera distribuir en una forma espacial más equitativa, es decir, por otras calles en la ciudad para generar una mayor y más equitativa derrama económica, a la vez que se descongestiona la Quinta Avenida, tal como se explica en el siguiente apartado, que cuantifica la derrama económica con base en el espacio peatonal y gasto per cápita.

2.4 Gasto per cápita diferenciado entre peatones de la Quinta Avenida

El gasto promedio de los peatones es uno de los principales indicadores que ayudan a dimensionar la importancia económica y política de esta calle, así como su relación directa con la derrama económica local y regionalmente.

Para efectos de la presente investigación nos interesa el potencial económico derivado de la actividad peatonal y la movilidad no motorizada, en función de que tal gasto puede incidir en la futura planeación urbana de la movilidad sostenible en la totalidad de la ciudad y no exclusivamente a lo largo de una calle.

En el estudio no se diferencia la nacionalidad de los entrevistados, sólo el idioma (ingles y español), de esto se deduce que la totalidad de los turistas de habla inglesa son extranjeros, mientras que el resto son una mezcla entre nacionales, españoles y latinoamericanos.

El principal dato indica que el 99.5 por ciento de los visitantes que caminan a lo largo de la

Quinta Avenida están seguros de que van a gastar, es decir, la gran mayoría asocia el espacio peatonal al consumo.

Mientras el gasto promedio de los turistas de habla inglesa se encuentra en el rango de los $1 500 a los $3 000 pesos, el rango de gasto de los turistas que hablan español va de los $600 a los $1 300 pesos.

Los niveles de gasto en general revelan dos datos principales:

1. Una muy alta capacidad de gasto asociada a un espacio peatonal abierto, probablemente la más alta capacidad de gasto entre todas las calles peatonales de México.

2. Una concentración del gasto y divisas que impacta en la totalidad del tejido urbano.

De los datos anteriores se concluye que existe un enorme potencial económico para incentivar un modelo de movilidad peatonal y ciclista que contribuya a una mejor dispersión de ingresos a lo largo y ancho del tejido urbano. Sin embargo, la actual concentración del gasto contribuye más a la desigualdad de forma directa e indirecta, ya que además del gasto realizado por los turistas y la población local, también una parte significativa de la inversión gubernamental y privada se localiza en esta calle o alrededor de ella.

3. PERCEPCIÓN CUALITATIVA Y POTENCIAL DE PLAYA DEL CARMEN COMO DESTINO DE TURISMO BASADO EN LA MOVILIDAD SOSTENIBLE

3.1 Percepción de Playa del Carmen como destino peatonal y ciclista

La percepción general sobre la movilidad no motorizada, incluyendo a peatones y ciclistas paseantes de esta calle local, es un importante indicador sobre el potencial que tiene la ciudad para sustituir viajes motorizados por más viajes peatonales y otros en bicicleta. Estos últimos son de importancia, tanto para la industria turística como para la población local, ya que se puede suponer un ahorro considerable de tiempo y dinero, además de una consolidación del destino como una ciudad orientada hacia la sostenibilidad urbana.

A la pregunta expresa si el caminante recomendaría Playa del Carmen como un destino peatonal, destino ciclista o peatonal y ciclista, el 73 por ciento afirmó que recomendaría Playa del Carmen como un destino peatonal y ciclista, lo cual indica un reconocimiento y disposición favorable hacia la movilidad no motorizada en general. A la pregunta sobre qué elementos serían los más importantes para que el turista y/o el local utilizaran la bicicleta como medio de transporte, las respuestas en orden de importancia fueron: 1) la existencia de un sistema de bicicletas públicas; 2) la existencia de una red de ciclovias confinadas, y 3) la existencia de calles con menos autos a menor velocidad.

3.2 Conclusiones sobre el potencial de la movilidad no motorizada en Playa del Carmen

La ciudad de Playa del Carmen se encuentra en un estadio de desarrollo urbano propicio para su consolidación como una ciudad peatonal y ciclista, con desplazamientos en favor del mejoramiento del espacio publico, el incremento de los puntos de encuentro social y una mejor funcionalidad urbana para la totalidad de la población local como resultado de un nuevo producto turistico en formación cuyo componente principal es la movilidad no motorizada.

La movilidad peatonal y ciclista en Playa del Carmen parece haber moldeado un tipo de turismo que encuentra en las formas de movilidad sostenibles una atracción principal, que a su vez genera impactos diferenciados en los contextos regionales y locales. Para la consolidación del destino es necesario fortalecer el concepto de calidad de vida y proximidad por medio de iniciativas orientadas al desarrollo urbano sostenible. En el futuro, la movilidad no motorizada jugará un papel importante para contrarrestar una distribución desequilibrada de los beneficios del turismo y la concentración de la inversión pública y privada a lo largo de un solo corredor. Esto dependerá en buena medida de la implantación de políticas de sostenibilidad urbana y turística, si es que se logra establecer el principio físico y social de accesibilidad urbana y beneficios para la población local.

La accesibilidad en Playa del Carmen se encuentra en un momento de transición, existe la disyuntiva entre optar por un modelo de proximidad basado en la movilidad no motorizada, o la opción del crecimeinto expandido de la ciudad con desarrollos que limitan el acceso físico, ya sea por la distancia o por su carácter privado. Para alcanzar un desarrollo urbano sostenible, la Agenda XXI señala tres condiciones que deben alcanzarse: 1) estándares mínimos en vivienda; 2) seguridad social, infraestructura con modos de producción, consumo sostenibles, y 3) estructuras urbanas que correspondan a los puntos 1 y 2. (Agenda XXI, 1992)

La implantación de la movilidad sostenible mantiene un potencial económico y social presente en la ciudad de Playa del Carmen y, como tal, este flujo puede desencadenar beneficios hacia la totalidad de la población al mejorar la accesibilidad a la vivienda, a la seguridad vial, al consumo energético sostenible y la equidad urbana en un nuevo modelo de extrernalidad positiva del turismo en México.

BIBLIOGRAFÍA

AGENDA XXI, Organización de las Naciones Unidas (1992). Introducción.

ASCANIO, A. (2007). *Globalización del turismo y la concentración de su riqueza*. Universidad Austral de Chile.

ARENDT, R. (1999), Growing Green. Island Press. 236

BIGNE, E., X. FONT y L. ANDREU. (2000). *Marketing de destinos turísticos. Análisis de estrategias de desarrollo*. Madrid.

DELGADO, P. (2011). “Metodología para la ordenación del territorio bajo el prisma de la sostenibilidad”, Tesis doctoral, Barcelona, Univeridad Politécnica de Cataluña.

GEHL, J. (2008). “World class streets”, New York City DOT.

GRAIZBORD, B. (2008). “Governance in Megacities in Federal Orders”, *Unity in Diversity. Learning from Each Other*. Nueva Delhi, Viva Books Forum of Federations.

(2014). “Metrópolis”, Estructura Urbana, medio ambiente y política pública, CEDUA, COLMEX**,** pp. 52-53.

Gyplan.com calculadora de “Tasa metabólica basal” (2015). http://www.gyplan.com/

MYERS, D. (1994). “The Ecology of Quality of Life and Urban Grtowth”, L.A. Platina, Los Angeles, School of Urban and Regional Planning, pp. 52-60.

PARR, J. (2005). “Perspectiveson the city region”, *Regional Studies*, (2) 44: 555-556.

———. (2007). “Spactial Definitions of the City: Four Perspectives”, *Urban Studies*, (2) 44: 381-392.

RODRÍGUEZ, J. P. (2006). *The Geography of Transport Systems*. Nueva York, Routledge.

SUÁREZ A., P. CAMARENA. (2011). “Infraestructura verde y corredores ecológicos de los Pedregales”, en *Ecología urbana del sur de la Ciudad de México*. Universidad Nacional Autónoma de México.

Entrevista: Autoridad del Centro Histórico, (2013). Entrevista realizada a lo largo del tercer Diplomado Internacional de Infraestructura Ciclista y Transporte Sustentable 2013. Universidad Nacional Autónoma de México.

REINVENCIÓN DE DESTINOS TURÍSTICOS. ESTRATEGIAS Y POLÍTICAS.

Diversificación de la oferta turística y repercusiones territoriales de los cruceros en Progreso, Yucatán, México

Frank Babinger*
Claudia Inés Martínez**

**Departamento de Análisis Geográfico Regional y Geografía Física, Facultad de Comercio y Turismo, Universidad Complutense de Madrid, España.*
***Departamento de Turismo Gastronomía y Hotelería, Universidad del Caribe, Cancún, México.*

RESUMEN

En las últimas décadas, los cruceros han sido y siguen siendo uno de los segmentos de mayor crecimiento del turismo. Debido a la concentración y la fusión de las grandes navieras, éstas controlan el mercado de los cruceros marcando las rutas a seguir y los destinos a los que arribar.

Este es el caso de las grandes compañías *Carnival Corporation*, que controla cerca del 45% del mercado mundial, y *Royal Caribbean International*, con un mercado de algo menos del 25%. En este marco general, el mar Caribe es uno de los marcos preferenciales de la actividad de los cruceros con uno de los puertos más importantes del mundo, Cozumel, con alrededor de 3 millones de pasajeros transportados. A su alrededor, en la denominado ruta Caribe Occidental, nuevos puertos intentan atraer a los cruceros para fomentar un desarrollo económico que otras actividades no han sabido generar y asegurar.

Progreso, ubicado en el litoral al norte del estado de Yucatán sobre el Golfo de México, posee el principal puerto de altura de la Península del mismo nombre. Esta localidad no es un destino turístico de masas, pero si se puede considerar consolidado para el turismo regional durante los fines de semana y durante las vacaciones. La búsqueda de diversificación de la oferta culmina desde hace 15 años en su condición de *port of call,* puerto de llegada, fundamentalmente para los cruceros de la línea naviera *Carnival Cruise* procedentes de Galveston, Texas, y Nueva Orleans, Louisiana, en Estados Unidos en su camino hacia el Caribe Occidental.

Después de las primeras experiencias con trece recorridos realizados durante la primavera de 2010 y 2011, en 2015 Progreso vuelve a convertirse en *Home Port*, puerto de salida, para iniciar una nueva diversificación de manos de *Pullmantur*, naviera perteneciente al grupo *Royal Caribbean International*. En este caso la estrategia consiste en diversificar la demanda, mediante los llamados "cruceros sin visa", al poder atender sin restricción alguna el mercado nacional e internacional latinoamericano, como así también aumentar los efectos económicos positivos al ser puerto de embarque y desembarque.

La comunicación presentará el panorama del puerto de Progreso, su evolución en el arribo de cruceros y las estrategias seguidas por los agentes que intervienen en la actividad. La metodología empleada consiste en el análisis estadístico de los cruceros arribados en Progreso y culmina en una proyección hacia el futuro que se presenta relativamente prometedor. Las repercusiones económicas deberían producirse a escala regional, favoreciendo todos aquellos lugares a los que llegan los visitantes de cruceros, tanto de los cruceros en escala como los que tienen su puerto de origen en Progreso.

Sin embargo, una de las conclusiones fundamentales es que esta evolución positiva se debe más bien a su localización geoestratégica, que favorece los planes de las grandes navieras, que a sus propias cualidades intrínsecas.

Palabras clave: Turismo, Cruceros, Caribe, Progreso (Yucatán)

ABSTRACT

In recent decades, cruise industry has been and remains one of tourism fastest growing segments. Due to the concentration and fusion of large shipping companies, they control the cruise market and decide the routes to follow and the destinations where to arrive.

This is the case of large companies as Carnival Cruise Lines, which controls about 50% of the world market, and Royal Caribbean Cruises, with just under 25% of the same market. Within this general framework, the Caribbean Sea is one of the preferred areas of cruise ship activity with one of the most important ports in the world, Cozumel, with about 3 million tourists embarked. In its neighbourhood, the so-called western Caribbean Sea, new ports are trying to attract cruises to promote economic development that other activities have not been able to generate and secure.

Progreso, located on the north coast of Yucatan state, is not a mass tourist destination, but it can be considered as consolidated for local and regional tourism during weekends and holidays. The search for diversification of its touristic offer culminates since 15 years in its condition as port of call, mainly for cruises of Carnival Cruise Lines from Galveston, Texas, and New Orleans, Louisiana, United States, on their way to destinations in the Mexican Caribbean.

After a first experience truncated few years ago, in 2015 Progreso will become again a Home Port to start a new diversification in companion with Pullmantours, belonging to Royal Caribbean Cruises. The new strategy is to diversify demand, in this case from the Mexican domestic and Latin American international markets, increasing the positive economic effects as being port of embarkation and disembarkation. This new condition will develop several activities related with the supplies of the cruise ships and the lodging before and/or after cruising of tourists in accommodations of the region.

The paper will present the panorama of the port of Progreso, its evolution in cruise ship arrivals and the strategies followed by the agents involved in the activity. The methodology consists in statistical and cartographic analysis of cruises arrived at Progreso and culminates in a future projection that presents relatively promising. The economic impact

should occur on a regional scale, favouring places tourists reach, both of passing cruises as those who have their Home Port in Progreso.

However, one of the main conclusions is that this positive trend is due more to its geostrategic location, which favours the plans of large shipping companies, as to its own intrinsic qualities.

Keywords: Tourism, Cruises, Caribbean, Progreso (Yucatan)

1. INTRODUCCIÓN: TURISMO DE CRUCEROS

A pesar de ser los cruceros una actividad relativamente reciente tal como la conocemos hoy en día, sus repercusiones económicas y territoriales son de tal magnitud que son merecedores de estudios específicos. Tras una aparición relativamente tardía de investigaciones científicas sobre los cruceros, ahora existen estudios más o menos intensos sobre su actividad. Destacan las investigaciones de Wood (2000, 2004), que ofrece una visión global del turismo de cruceros, además de enmarcar la actividad en la globalización, y de Dowling (2006) que presenta una síntesis histórica de la actividad. Sin embargo, la mayoría de las investigaciones han tratado temas económicos (Dwyer y Forsyth, 1998; Mancini, 2000; Henthorne, 2000; Braun, 2002, Chase y McKee, 2003; Brida y Zapata, 2009), mientras que solamente algunos se han centrado en otro tipo de impactos, como lo pueden ser los sociales, culturales o medioambientales (Wood, 2000; Cartwright y Baird, 1999; Brida y Zapata, 2009, Brida y Zapata, 2010) o sobre las políticas de gestión del sector (Márquez, 2006).

El Caribe, como cuenca más importante, ha sido objeto de numerosas investigaciones (entre otros Wood, 2000), mientras que en el Mediterráneo los estudios han aparecido durante las últimas décadas (European Cruise Council, 2012; Pavlić, 2013; Kester, 2002).
Sin embargo, todavía son relativamente escasas las investigaciones que indaguen sobre la realidad de los impactos económicos y territoriales de la actividad en casos y lugares concretos, como puede ser el caso de Port Canaveral en Florida (Braun, et. al., 2002), Costa Rica (Seidl, et.al., 2006) o Belice (Diedrich, 2010).

Siendo el Caribe el área de mayor concentración de cruceros en el mundo, como se verá a continuación, esta comunicación se centrará en un puerto que se ubica en la periferia de esta zona preferencial; Progreso, Yucatán, México. Este puerto ha sabido aprovechar una localización geoestratégica entre los grandes puertos de salida del Golfo de México estadounidense y los destinos clásicos del Caribe Occidental, especialmente la isla de Cozumel, destino *must see* para los cruceristas que se deciden por esta ruta.

A pesar de cambios recientes en la actividad, el Mar Caribe sigue siendo el destino más sobresaliente de la actividad crucera en el mundo con casi el 40% de cuota de mercado sobre un total de más de 22 millones de cruceristas (CLIA, 2015). Tras décadas de liderazgo y crecimiento sin igual, contando con el mercado estadounidense, de lejos el de mayor demanda de cruceros, en los últimos años su cuota de mercado está decreciendo en comparación con otros destinos, especialmente el Mar Mediterráneo, que ya cuenta con una cuota de mercado de casi el 20% (CLIA, 2015).

En la ruta de cruceros que surca el denominado Mar Caribe Occidental, Cozumel recibe año tras año casi 3 millones de pasajeros, siendo así el puerto de cruceros más importante del Caribe y uno de los mayores puertos de destino en el mundo. Además de Cozumel, destaca asimismo Mahahual, con importantes fluctuaciones ya que existen años en los que recibió casi 700.000 visitantes (2010), mientras que actualmente apenas llega a 400.000 (SCT, 2015). El tercer puerto de importancia es el de la isla de Roatán, en Honduras, que ha conocido un continuo aumento en los últimos años, llegando a recibir casi 900.000 pasajeros en 2014 (CLIA, 2015), seguidos en menor medida por Belice y otros países de Centroamérica.

Tras una época de muchas transformaciones y fusiones entre compañías, actualmente se ha entrado en una fase de estabilidad entre las grandes navieras. Por cuota de mercado internacional, Carnival Corporation obtiene un 44,8% frente a Royal Caribbean Cruises con el 24,7%, Norwegian Cruise Line con un 8,9% y MSC Cruises con un 6,4% (CLIA, 2015).

2. PUERTO PROGRESO, YUCATÁN

El puerto de Progreso es el puerto de altura más importante de la Península de Yucatán, localizado en el litoral del Golfo de México al norte de Mérida. Debido a su localización estratégica en la Península de Yucatán, conoció un auge especial a principios y mediados del siglo pasado por la construcción de un viaducto que se adentra 1,5 Km. en el mar y que fue ampliado en 1985 con otros 5 Km. más, lo que lo convierte en uno de los puertos de altura más grandes del mundo.

En 1994 se otorga el título de concesión de la Autoridad Portuaria Integral de Progreso a la Secretaría de Comunicaciones y Transportes Federal, incluyendo el propio puerto y 11 terminales pesqueras. En 1999 se dio una gran inversión federal en el puerto con la construcción de más carriles en el viaducto, favoreciendo notablemente el acceso a las instalaciones, y sobre todo de un nuevo muelle de cruceros que permitiría la llegada de barcos turísticos procedentes esencialmente de Estados Unidos. En 2009 se hicieron obras de ampliación en la curva de navegación que facilitó el arribo de embarcaciones de mayor envergadura, algo pedido en múltiples ocasiones por las grandes navieras que querrían ampliar su actividad en el puerto.

Progreso es uno de los mayores puertos de altura del mundo con un muelle de más de 7 Km de largo y 10 posiciones para barcos de carga y de pasajeros.

El turismo de cruceros comenzó en 1999 con la ampliación del puerto y la construcción del muelle para embarcaciones, aunque no fue hasta el año 2002 que empezaron a llegar los cruceros de forma habitual. En 2000 se dio la concesión de la operación de la Terminal de Cruceros a SSA México, de capital estadounidense, que también es operadora de otros puertos nacionales.

Actualmente Progreso es uno de los puertos más importantes para la actividad de cruceros en México y se encuentra en continua expansión. Para la actividad, el puerto cuenta un muelle específico de cruceros con 2 bandas de atraque de 330 m de largo cada una para barcos de hasta 140.000 toneladas, lo que permite el acceso de los grandes cruceros

mundiales al puerto. Además cuanta con un muelle de transbordadores con una banda de atraque de 130 m de largo preparado para la futura puesta en marcha de un servicio regular de ferry entre Miami y el Puerto de Progreso.

Para la actividad de los cruceros cuenta con una terminal específica con control de entrada adicional y amplio espacio para el estacionamiento de taxis, minibuses y autobuses de los grandes turoperadores que facilitan el desembarque de los pasajeros. Además tiene una pequeña plaza comercial adjunta al muelle de cruceros con una tienda de duty free que es lo primero que ven los turistas al bajar del barco. Como servicio especial destaca un servicio gratuito de autobuses que transportan a los turistas por el viaducto desde el lugar de desembarque hasta Progreso, que se verá reflejado en el apartado de los resultados.

Como se ha comentado anteriormente, Progreso presenta una ubicación geoestratégica importante entre los grandes puertos estadounidenses del Golfo de México y de la Península de Florida y Cozumel, estando a menos de 600 millas náuticas de los primeros y algo más de 150 millas náuticas de esta última. Esto pone a Progreso a poco más de 30 horas de navegación de Tampa, Mobile, Miami, Galveston, Houston y Nueva Orleans y a unas 17 horas de Cozumel, ideal para una/dos noches de navegación.

3. METODOLOGÍA

La comunicación presenta los avances de una investigación en curso sobre la realidad de la actividad crucera en Puerto Progreso. Tras constatar la escasa publicación de investigaciones sobre las repercusiones de los cruceros en lugares concretos y la ausencia de las mismas sobre este puerto muy dinámico situado en la periferia de la mayor concentración de la actividad crucera el mundo, los autores han decidido profundizar en su conocimiento.

El análisis de las estadísticas oficiales ofrecidas por los agentes públicos y privados implicados en la actividad de los cruceros en el puerto –SCT, SEFOTUR, API Puerto Progreso- ofrece una buena base para el análisis de varias cuestiones de sumo interés para conocer la realidad de los cruceros en Progreso y Yucatán. Así se han analizado procedencia y destino de los cruceros, que refuerza la visión estratégica mencionada, además de los lugares visitados y las actividades llevadas a cabo por los cruceristas llegados al puerto. Todo ello culmina en una proyección hacia el futuro que se presenta relativamente prometedor.

Después de la presentación de este avance, basado esencialmente en el mencionado análisis estadístico, en el futuro se pretende profundizar en la base teórica para contrastarla con la realidad encontrada.

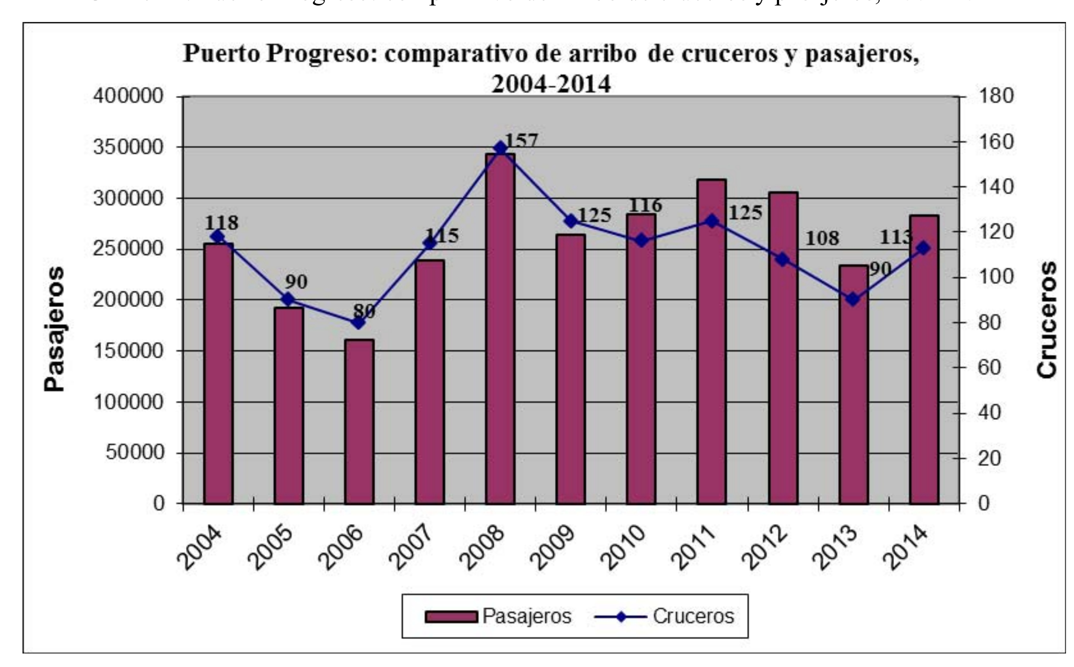
4. ANÁLISIS DE RESULTADOS

Al examinar la dinámica de cruceros en México en la primera década del siglo XXI, destaca la creciente evolución en el arribo de embarcaciones que tuvo Progreso, en especial a partir de la concesión de la operación de cruceros. Las inversiones en sus instalaciones portuarias potenciaron su ventaja geográfica como puerto mexicano más cercano a los *home port* del Golfo de México estadounidense, como acabamos de mencionar.

En el año 2000, llegaron a Progreso 22,676 visitantes de cruceros y en 2010, esta cifra llegó a 284,611; este crecimiento acelerado permitió que Progreso obtuviera una tasa de crecimiento medio anual (TCMA) entre 2000-2010 de 28.8%, la más alta de todos los destinos de cruceros del país (Martínez, 2011).

En los últimos diez años, el arribo de cruceros se ha mantenido por encima de las 100 embarcaciones al año, excepto un notorio descenso en el año 2005 y 2006, producto de la afectación del huracán Katrina en Nuevo Orleáns (Babinger, 2012) y la destrucción de la terminal de cruceros que operaba como principal *home port* estadounidense en el Golfo de México (Gráfica 1).

Gráfica 1: Puerto Progreso: comparativo de arribo de cruceros y pasajeros, 2004-2014



Fuente: elaborado con base en Datatur (2011) y API Progreso (2015)

En 2007, otra vez un huracán alteró su dinámica, esta vez de manera positiva. El récord de arribo de 157 barcos fue consecuencia de la destrucción de la terminal de cruceros de Costa Maya en Mahahual, Quintana Roo, por el huracán Dean (agosto de 2007), que requirió reposicionar los cruceros programados para ese año y el 2008, hacia otro puerto de la misma ruta del Caribe Occidental, llegando así a Progreso una cantidad mayor de cruceros. En 2010 y 2011, fueron años con buena recepción, a raíz de la primera experiencia de "cruceros sin visa" realizada en México por la línea naviera *Pullmantur*, que ofreció 13 recorridos cada año por la denominada ruta Caribe Maya, donde Progreso y Cozumel operaban como *home port*. Finalmente, el descenso en la llegada de arribos del año 2013 se explica por el incendio del barco Triumph de Carnival Cruise que tuvo que cancelar 18 arribos programados.

El estudio de la procedencia (puerto anterior) y el destino (puerto posterior) de los cruceros que arribaron a Progreso en 2014, permite reconstruir las rutas y los puertos con que tiene mayor conexión (Tabla 1). La revisión del puerto anterior de las embarcaciones llegadas a Progreso indicó que el 43% provino de Galveston y el 37% de Nueva Orleáns, principales *home port* del Golfo de México estadounidense, distantes a menos de 600 millas náuticas de nuestro puerto de análisis. Sin duda, su ventajosa localización geográfica le permitió ser

la primera escala en el 80% de los arribos ocurridos en 2014. Un 13% de los arribos llegaron desde Cozumel, en estos casos Progreso fungió como último destino de escala en su viaje de regreso a los puertos de origen. Solo el 2% de los cruceros recibidos procedían de los *home port* localizados en la Península de Florida (Miami y Tampa) lo que confirma la menor incidencia de estos importantes puertos en Progreso, a pesar de contar con una distancia similar (Tabla 1). Con relación al puerto posterior de los cruceros que escalaron en Progreso en 2014, el 82% continúa su recorrido con una escala en Cozumel y un 13% continua su recorrido hacia un *home port* estadounidense repartido entre Nueva Orleáns (8%), Galveston (4%) y Tampa (1%).

Tabla 1. Puerto anterior y posterior de los cruceros arribados a Progreso en 2014

	Puerto Anterior		**Puerto Posterior**	
Destinos	**Cantidad**	**Porcentaje**	**Cantidad**	**Porcentaje**
Galveston	49	**43%**	5	4%
Nueva Orleáns	42	**37%**	9	8%
Cozumel	15	13%	93	**82%**
Desconocida*	2	2%	2	2%
Tampa	1	1%	1	1%
Punta Gorda, Belice	1	1%	1	1%
Georgetown (Grand Cayman)	1	1%	-	-
Houston	1	1%	-	-
Miami	1	1%	-	-
Playa del Carmen	-	-	1	1%
La Habana	-	-	1	1%
Total	**113**	**100**	**113**	**100**

* Sin dato registrado

Fuente: API Progreso (2015)

La concentración de los vínculos en pocos puertos se relaciona con las líneas navieras que operan los cruceros que arriban a Progreso. Durante el 2010, el 86% de las embarcaciones que llegaron al puerto pertenecían a la naviera Carnival Cruises Line (CCL), el 11% a Pullmantur que iniciaba sus cruceros sin visa por el Caribe y el 3% restante a otras líneas (Datatur, 2011). Sin embargo, en 2014 el dominio de CCL aumentó dado que sus cruceros representaron el 95% del arribo en Progreso y el 5% restante lo conformaron únicas escalas de líneas como *Crystal Cruises, Princess Cruises, Island Sky, The World* e incluso la ultralujosa *Hapag Lloyd* con su premiado barco Europa (SCT, 2015).

La particular instalación marítima de Progreso, caracterizada por un viaducto que se interna en el mar por varios kilómetros, ha requerido estrategias para facilitar el descenso y garantizar la visita a la localidad a todos los pasajeros que desean descender. Las opciones que se brindan son: transporte gratuito a la localidad de Progreso mediante *Shuttles,* servicio de taxis en la terminal de cruceros y acceso a las operadoras turísticas para que reciban a sus pasajeros que realizan excursiones terrestres en la misma terminal. Como la Autoridad Portuaria Integral (API), lleva un minucioso registro de todos los vehículos y sus pasajeros que ingresan y egresan del viaducto y a las terminales del puerto, es posible obtener la cifra de los pasajeros efectivamente descendidos de los cruceros. Durante el 2014, descendieron 254,888 pasajeros de cruceros en puerto Progreso (Tabla 2), el 51% lo

hizo mediante *Shuttles,* el 45% por medio del transporte de su operadora de excursiones y un 4% de los pasajeros utilizaron taxis.

Tabla 2: Pasajeros descendidos en Progreso, según transporte utilizado en 2014

Transporte utilizado	Cantidad pasajeros
Shuttles	129,422
Operadoras turísticas	114,673
Taxis	10,793
Total	**254,888**

Fuente: SEFOTUR (2015)

Puerto Progreso es el único destino de cruceros de México que, por su singular diseño, puede cuantificar los pasajeros descendidos de los cruceros que arriban al puerto. Las estadísticas generadas por la Secretaría de Comunicaciones y Transporte (SCT) solo registran los pasajeros en tránsito, es decir las personas transportadas en los barcos, sean pasajeros o tripulantes. Por lo cual en el caso de Progreso se pueden obtener datos precisos; de este análisis se destaca que el 74% de las personas en tránsito son pasajeros y las personas que descienden constituyen el 90% del total de pasajeros (Tabla 3).

Tabla 3: Cuantificación del arribo de cruceros en Puerto Progreso 2014

Año	Pasajeros	Tripulantes	Personas transportados (tránsito)	Personas descendidas	% de pasajeros descendidos
2014	283,535	100,540	384,075	254,888	90

Fuente: SCT (2015)

Respecto a las empresas de servicios turísticos que ofrecen sus excursiones en los cruceros que llegan a Puerto Progreso, existen tres (Gusto, Aviomar y Autoprogreso) que lideran el segmento, captando juntas el 87% de la demanda de pasajeros de cruceros que realizaron excursiones terrestres en 2014 (Gráfica 2). A diferencia de otros destinos monopolizados, aquí existe competencia lo cual también evidencia productos turísticos más diversificados. En 2014, se vendieron 114,673 excursiones, de las cuales el 44% las realizó la empresa Gusto, que ofrece cinco productos, el 23% lo captó la empresa Aviomar que tiene una oferta de 7 excursiones, misma cantidad ofrecida por Autoprogreso que captó el 20% de la demanda (Gráfica 2). El tercer y cuarto competidor, Explora Caribe y Tierra Bonita, captaron ambos el 6% de cuota de mercado de las excursiones realizadas en 2014. Finalmente, con un 1% se ubicaron un grupo de pequeños operadores de servicios turísticos independientes con muy baja incidencia en el mercado de las excursiones para pasajeros de cruceros que llegan a Progreso.

Gráfica 2: Cuota de mercado de las operadoras turísticas para el segmento de cruceros en 2014

Fuente: elaborado con base a SEFOTUR (2015)

La oferta de excursiones para los visitantes de cruceros que llegan a Progreso, es bastante numerosa, más de 30 productos turísticos son ofrecidos a través de las agencias de viajes más el pequeño grupo de otros operadores de servicios turísticos (Gráfica 2). Para su análisis se organizaron en cinco tipos: sol y playa, visitas a sitios arqueológicos, recorridos culturales, aventura y naturaleza y otras excursiones que incluye diversas actividades y práctica como golf (Tabla 4). Además se constató que una cantidad pequeña (1%) contrató el servicio de taxi, cuyo conductor funge como "guía" para realizar recorridos en Progreso y alrededores según requerimientos de los clientes.

Tabla 4: Tipo de excursiones realizadas por pasajeros de cruceros en 2014

Tipo de excursiones	**cantidad**	**%**
Sol y playa	49,617	40
Visitas a sitios arqueológicos	49,431	39
Recorridos culturales	14,752	12
Aventura & Naturaleza	5,237	4
Otras excursiones (Golf, Telchac, otras)	5,060	4
Otros Taxis en Progreso	1,205	1
Total excursiones	**125,302**	100

Fuente: elaborado con base a SEFOTUR (2015)

Los resultados indican que las preferencias de actividades a realizar en la escala durante 2014 (Tabla 4) se concentraron en dos tipos de excursiones: sol y playa (40%) y visita a sitios arqueológicos (39%). La primera consiste en la visita a un club de playa con todos los servicios, actividades acuáticas, alimentos y bebidas, muchos de los cuales incluyen barra libre de bebidas alcohólicas. La segunda opción más demandada implica la visita de sitios arqueológicos de la cultura maya (39%). De los tres sitios ofertados, uno es el reconocido Chichen Itzá que captó casi el 30% de los tours de esta categoría a pesar de tratarse de un excursión de siete horas de duración; el 52.5% de los que prefieren este tipo de paseos optaron por el sitio de Dzibilchaltún, muy cercano a Progreso; y el restante 18% eligió visitar Uxmal, también una excursión larga de 6 horas desde el puerto.

Juntos estos dos tipos -sol y playa y visita a sitios arqueológicos- concentraron el 79% de las excursiones realizadas por los pasajeros de cruceros que descendieron en Puerto

Progreso durante el 2014 (Tabla 4). En tercer lugar de las preferencias de tours se posicionaron los recorridos culturales (12%), los cuales en su mayoría constituyen un *city tour* en la ciudad de Mérida, que incluye visita a lugares históricos, museos y paseos por la ciudad. Dentro de este mismo tipo existe un producto que combina la misma visita a la ciudad junto con el recorrido previo en el sitio Dzibilchaltún. Finalmente, los últimos dos tipos -aventura y naturaleza junto con otras excursiones- obtuvieron ambas un 4% del total de excursiones ofertadas. La primera incluye visitas a cenotes, actividades de *kayac* y recorridos en la zona de flamencos; la segunda incluye otras excursiones como práctica de golf, viajes a Telchac y otras actividades que ofertan las agencias y no son especificadas (Tabla 4).

5. CONCLUSIONES

El análisis de la información disponible para el puerto de Progreso permite obtener valiosas conclusiones que evidencian la importancia de la actividad de los cruceros no solamente para Progreso, sino también para sus alrededores.

Como se ha podido comprobar, a pesar de estar localizado en el litoral del Golfo de México, su dinámica ha estado asociada tradicionalmente con la ruta de cruceros del Caribe Occidental, lo que es una indudable ventaja comparativa con otros puertos mexicanos del golfo y explica la evolución positiva del puerto.

Debido a ello, la evolución de la llegada de cruceros a Progreso ha sido, con altibajos, muy positiva y se presenta un futuro prometedor con la llegada de nuevos barcos y compañías.

El análisis de sus vínculos territoriales y su inserción en la Geografía de cruceros del Caribe, evidencian que Progreso constituye, en la mayoría de los casos, la primera escala de los recorridos por la ruta Caribe Occidental que parten desde *home port* estadounidenses localizados en el Golfo de México y que luego continúan su recorrido para visitar Cozumel.

Ser la primera escala del crucero podría ser ventajoso al presuponer una mayor propensión al consumo, aunque se requieren estudios que lo investiguen con profundidad, puesto con la misma razón los cruceristas podrían demorar sus gastos en espera de encontrar otras ofertas en puertos venideros. Especialmente en su ruta hacia Cozumel, destino mucho más conocido y cargado de mayor expectativa que Progreso.

Para un estudio como el llevado a cabo para esta comunicación, Progreso ofrece una ventaja innegable inherente a la peculiaridad de su puerto. La existencia del puerto de altura que hace necesario el transporte de pasajeros a lo largo del viaducto permite el análisis pormenorizado de los destinos elegidos por parte de los cruceristas, lo que no siempre es posible en el caso de otros puertos. El servicio de *shuttle* permite contabilizar los turistas decendidos de los barcos y conocer sus destinos, al igual que son contabilizados los turistas desplazados por los turoperadores al salir de la terminal específica.

La alta competencia entre éstos últimos es signo de una demanda interesante y una oferta diversificada. En otros lugares predominan algunos turoperadores sobre otros, lo que limita la derrama económica y constituye, junto al cuasi monopolio de alguna de las navieras, una

limitación a la libre competencia que encarece los precios y limita el acceso de otras compañías y de trabajadores libres.

Durante las temporadas 2010 y 2011, y con el surgimiento de los cruceros “sin visa”, Progreso asumió un mayor protagonismo al operar como *home port* de *Pullmantur*. Esta realidad positiva encontrará continuación durante 2015, puesto que nuevamente se tiene programada realizar 11 recorridos, de 5 y 7 noches entre mediados de junio y agosto. Esta estrategia se espera que colabore en diversificar la oferta de cruceros con escala en Progreso, que en 2014 estuvo dominada por la línea *Carnival* (95%).

Esta concentración en una única línea naviera supone una dependencia casi absoluta que pone el puerto en posición de inferioridad a la hora de dialogar con la naviera. En caso de la apertura de nuevos puertos, la naviera podría aumentar sus requerimientos hacia Progreso o disminuir su llegada al mismo. Esto no es una hipótesis infundada, puesto que se ha podido comprobar en el caso de los puertos de Mahahual (México) y de Roatán (Honduras), dónde el primero ha perdido protagonismo a favor del segundo por un cambio en las preferencias de las navieras, especialmente de CCL.

En el caso de Progreso, ésta ofrece su recorrido más económico del Caribe (5 días a 269 usd cabina interior), lo que provoca que el bajo poder adquisitivo de su demanda condicione el desarrollo de la oferta en el puerto y disminuye las repercusiones positivas de la actividad de cruceros.

El tipo de excursiones predominante demuestra esta realidad al concentrarse mayoritariamente en el de sol y playa, cuando Yucatán ofrece una oferta cultural sobresaliente. Aunque también hemos podido comprobar una proporción similar en excursiones arqueológicas, se entiende que éstas podrían tener una mayor importancia por la calidad de las excursiones ofertadas.

Con la vuelta de *Pullmantur*, el uso de Progreso como *Home Port* y unos cruceristas de diferente perfil se espera mejorar la calidad de la actividad crucerista en el puerto. Ello será de suma importancia ante la esperada competencia que se presentará con la inminente apertura del mercado cubano. Queda por ver, si esta competencia hace disminuir la afluencia a Progreso, o, por el contrario, le permite aprovecharse de nuevo de su posición geoestratégica y convertirse en puente entre los *Home Port* del Golfo de México y los nuevos destinos de Cuba.

Este breve estudio evidencia las posibilidades de futuras investigaciones partiendo de datos estadísticos ofrecidos por varias instancias enriquecidos por trabajos de campo específicos que permitan conocer en mayor profundidad cómo y cuánto impacta la actividad de los cruceros en Progreso y Yucatán.

BIBLIOGRAFÍA

BABINGER, F. (2012): *Turismo y espacios en riesgo. Evidencias en Andalucía y la Península de Yucatán*, AV Akademikerverlag, Saarbrücken.

BRAUN, B.M., DANDER, J.A. y WHITE, K.R. (2002): “The impact of the cruise industry on a region’s economy: a case study of Port Canaveral, Florida”. *Tourism Economics*, 8(3), pp. 281-288.

BRIDA, J.G. y ZAPATA AGUIRE, S. (2009): “The impacts of the cruise industry on tourism destination”. CASTELLANI, V. y SALA, S. (ed.): *Sustainable tourism as a factor of local development*, Tangram edizioni Stientifiche, Trento.

BRIDA, J.G. y ZAPATA AGUIRRE, S. (2010): “Cruise Tourism: Economic, Socio-Cultural and Environmental Impacts”. *International Journal of Leisure and Tourism Marketing*, 1(3), pp. 205-226.

CARTWRIGHT, R. y BAIRD, C. (1999): *The Development and Growth of the Cruise Industry*. Butterworth-Hainman.

CLIA (2015): www.cruising.org CRUISE LINE INTERNATIONAL ASSOCIATION

DATATUR (2011): *Indicadores relevantes de la actividad*. Base de datos. Secretaría de Turismo. http://datatur.sectur.gob.mx/wb (consultado el 24 marzo de 2011)

DIEDRICH, A. (2010): “Cruise tourism in Belize: The implication of developing cruise ship tourism in an ecotourism destination”. *Ocean & Coastal Management*, 53, pp. 234-244.

DOWLING, R.K. (2006): *Cruse Ship Tourism*. CABI Publishing.

DWYER, L., y FORSYTH, P. (1998): “Economic significance of cruise tourism”. *Annals of Tourism Research*. 25(2), pp. 393-415.

HENTHORNE, T.L. (2000): “An analysis of expenditure by cruise ship passengers in Jamaica”. *Journal of Travel Research*, 38, pp. 246-250.

KESTER, J.C.G. (2002): “Cruise tourism”. *Tourism Economics*, 9(3), pp. 337-350.

MANCINI, M. (2000): *Cruising a guide to the Cruise Line Industry*. Albany.

MARTÍNEZ C. I. (2011): “Organización espacial del turismo de cruceros en México”. *Études Caribéennes*, volumen 18. http://etudescaribeennes.revues.org/5077 DOI:10.4000/etudescaribeennes.5077

MARQUEZ, J. (2006): “An Analysis of Cruise Ship Management Policies”. *Parks and Protected Areas in the Eastern Canadian Arctic. Masters Thesis*. University of Waterloo. Waterloo, Ontario, Canada.

PAVLIĆ, I (2013): “Cruise tourism demand forecasting – the case of Dubrovnik”. *Tourism and Hospitality Management*, Vol. 19, No. 1, pp. 125-142.

SCT (2015): *Estadísticas suministradas por la Subdirección de Estadística e Informática de la Dirección General de Puertos*. Secretaria de Comunicaciones y Transportes (SCT)

SEFOTUR (2015): *Estadísticas suministradas por la Coordinación de Turismo de Cruceros*. Secretaria de Fomento Turístico, Gobierno de Yucatán (SEFOTUR)

SEIDL, A., GUILIANO, F. y PRATT, L. (2006): “Cruise tourism and community development in Central America and the Caribbean: The case of Costa Rica”. *Revista de Turismo Patrimonio Cultural*, 4(2), pp. 213-224.

WOOD, R.E. (2000): "Caribbean cruise tourism, Globalization at Sea". *Annals of tourism research*, 27(2), pp. 345-370.

WOOD, R.E. (2004): "Cruise Ships: Deterritorialized Destinations". *Tourism and Transport*, Editor Lumsdon, L. Page, S.J. Elsevier.

REINVENCIÓN DE DESTINOS TURÍSTICOS; ESTRATEGIAS Y POLÍTICAS / CARTEL

El uso de brechas de calidad como herramienta para la gestión sustentable de un área natural protegida: el caso punta sur, Cozumel.

*José Ricardo Rodríguez Cruz**
*Oscar Frausto Martínez**
*Claudia Martínez***

**Universidad de Quintana Roo, Laboratorio de Observación e Investigación Espacial. Campus Cozumel. México*
***Universidad del Caribe. México*

RESUMEN

En las últimas décadas, el turismo de naturaleza ha tenido índices de crecimiento, generando con ello nuevos retos para gestores y planificadores. Uno de los más importantes es el que hace referencia a la falta del manejo integral de visitantes en los planes maestros de gestión, que permitan ofrecer infraestructuras y servicios diseñados para ciertos segmentos del mercado ecoturístico, resaltando necesidades y expectativas para su especialización y que, en consecuencia, sean aspecto diferenciador para la actual competitividad en los destinos turísticos y, por otro lado, disminuir la carga ecológica que afecta los espacios en las Áreas Naturales Protegidas más visitadas.

En México, en especial en el estado de Quintana Roo, se ofertan gran cantidad de zonas sujetas a protección como producto turístico, y una de ellas es la Zona Sujeta a Conservación Ecológica Laguna Colombia, o Parque Punta Sur en Cozumel, en donde una de las principales problemáticas en el sitio es la incertidumbre de preferencias que los visitantes valoran en sus atractivos recreativos, por lo que al usar la estrategia basada en el modelo integral de brechas sobre calidad, a través de la brecha número cinco de servicio, se analizan aspectos que dan origen a diferencias, antes y después, de la experiencia turística proporcionada a visitantes y con ello, valorar el parque, servicio y la experiencia turística, contribuyendo en su análisis el direccionamiento de estrategias de diversificación y recursos para áreas prioritarias de mejora.

Palabras clave: calidad en el servicio, brechas de calidad, destinos de áreas naturales protegidas

ABSTRACT

Tourism trends occurred recently identifies tourism in protected areas with increasing levels of popularity, mainly in areas of potential tourists, generating new challenges for managers and planners. One of the most important challenges which refers to the lack of a comprehensive management concept of visitors in the management master plans that will

facilitate infrastructure and services designed for certain segments of the ecotourism market, highlighting the needs and expectations for their expertise and whereas, therefore, be a differentiator for the current competitiveness in tourism destinations appearance and, on the other hand, reduce the ecological burden that affects the spaces in protected natural areas.

In Mexico, especially in the state of Quintana Roo, a lot of areas subject to protection as a tourism product are offered, according to the National Commission of Natural Protected Areas, hold first place in rate of visits and income of One is the Ecological Conservation Area Subject to Laguna Colombia, or Park Punta Sur Cozumel, is the third largest number of attractive views of the ANP of the island of Cozumel, with about 100,000 visitors a year. A major problem is the uncertainty of preferences that visitors value in their recreational attractions, so that using the integrated model based on quality strategy gap through the gap number five service aspects are analyzed to give rise to differences, before and after the tourist experience provided to visitors.

Keywords: service quality, quality gaps, destinations of protected natural areas

1. INTRODUCCIÓN

A finales del siglo XX y principios del siglo XXI surge el fenómeno donde los destinos de sol y playa tienden a dejar de ser totalmente heliocéntricos e inician tendencias turísticas alternativas enfocadas hacia vivencias que aporten contacto con aspectos culturales, gastronómicos y de naturaleza (Ulate, 2006). En el marco de esta corriente, el medio ambiente y su conservación, tienden a convertirse en una característica demandada y con importante valoración en la experiencia turística por parte de diversos grupos de turistas y viajeros (López, 2001).

Aunado a lo anterior, las tendencias turísticas acaecidas recientemente identifican al turismo en áreas naturales protegidas (ANP) con crecientes niveles de popularidad en sectores de turistas potenciales (Boo, 1992; Cifuentes, 1992), en los cuales se ha reconocido su disposición a pagar precios altos a cambio de conocer atractivos únicos en ambientes naturales (Rábago y Revah, 2014). En consecuencia, la masificación de las visitas en algunos atractivos de naturaleza ocasiona efectos que se contraponen incluso con los objetivos principales de conservación y disminuyen el valor de atracción del sitio y la calidad de la experiencia. Esto trae consigo la necesidad de que gestores y planificadores enfrenten nuevos retos, y uno de los más importantes es el que se refiere a la falta de manejo integral de los visitantes en los planes maestros de gestión, que permitan ofrecer instalaciones y servicios diseñados para ciertos segmentos del mercado acorde con sus necesidades y expectativas, con el fin de controlar o en su defecto disminuir los impactos negativos que recientemente afectan a las ANP más visitadas en México (Brenner, 2014; Rábago et al., 2014).

México es considerado un país megadiverso por la gran cantidad de ecosistemas que alberga (Luna, Castañón y Raz-Guzmán, 2011), lo que ha ocasionado la puesta en marcha de distintas estrategias para la conservación de sus hábitats, una de ellas es la declaratoria de sitios como ANP. Nuestra país posee aproximadamente el 12% de su territorio total con alguna de las seis categorías de protección: 42 reservas de la biosfera, 66 parques

nacionales, 5 monumentos naturales, 8 áreas de protección de recursos naturales 38 áreas de protección de flora y fauna y 18 santuarios (CONANP, 2015), muchas de las cuales son aprovechadas turísticamente. Dentro del país, Quintana Roo alberga los destinos de mayor renombre a nivel nacional e internacional, esto hace que sus atractivos tanto naturales como culturales tengan una fuerte presión por parte del mercado turístico.

Este es el caso de las ANPs de Quintana Roo, que además de tener un preponderante lugar en el acervo ecológico del país y del patrimonio mundial, con poco más del 33% de su superficie estatal bajo algún esquema de protección (Gobierno del estado de Quintana Roo, 2010) y su gran desarrollo turístico genera un elevado índice de visitas a atractivos culturales y naturales, entre ellos las ANP que constituyen un importante fuente de ingresos económicos para la federación y el estado, dado que estas ocupan el primer lugar en recaudación por concepto de visitas (CONANP, 2015). De esta manera, el turismo compone una herramienta en pro de la conservación de las ANPs, ya que los ingresos obtenidos por las visitas coadyuvan a sostener todo el Sistema Nacional de ANPs. Debido a esto la gestión eficaz dentro de las ANPs con uso turístico se vuelve un hecho preponderante para la definición de la política de conservación de áreas naturales bajo los principios de un óptimo desarrollo sustentable.

Una de las reservas más grandes, prístinas e importantes de Quintana Roo que se ubica en la isla de Cozumel es la Zona Sujeta a Conservación Ecológica Laguna Colombia, también llamada Parque Punta Sur, destacado por su diversidad de ecosistemas y endemismo de su biota terrestre y marina en sus mangles, cuerpos lacustres y arrecifes colindantes. Este parque, fue declarado ANP estatal en 1996 y es administrado por la Fundación de Parques y Museos de Cozumel (FPMC) con el fin de su gestión. Sin embargo, en los últimos años el número de visitantes ha aumentado considerablemente hasta superar los 100,000 visitas en el 2014 (FPMC, 2014), esta situación genera uso intensivo de espacio así como la concentración temporal en determinados meses del año, días de la semana y horas de día como resultado de la dinámica del turismo de cruceros, uno de los principales segmentos de su demanda. Esta problemática aunado a la carencia de conocimiento sistemático sobre los perfiles de sus visitantes, motivaciones y expectativas ocasiona que los impactos ambientales en la zona sean cada vez más evidentes pudiendo afectar incluso, a la experiencia turística del visitante.

En este marco se plantea la siguiente pregunta de investigación: ¿De qué manera el análisis de las expectativas y percepciones de una excursión en Punta Sur puede contribuir a la gestión sustentable de un área natural protegida?.

2. HIPÓTESIS, OBJETIVOS, CONTRIBUCIONES ACADÉMICAS ESPERADAS Y METODOLOGÍA.

La hipótesis establecida para esta investigación establece que, las expectativas y percepciones de servicio recibido por el visitante están más condicionadas por cuestiones relativas a la prestación de servicio que el escenario donde se realiza la actividad.

Asimismo el objetivo general será evaluar la calidad de la experiencia turística del visitante de crucero que realiza excursiones en el parque Punta Sur, Cozumel con el fin de aportar herramientas para la gestión sustentable del sitio. Para lograrlo, se tienen como objetivos específicos los siguientes puntos:

- Analizar los antecedentes teórico-metodológicos sobre el comportamiento del consumo turístico y la evaluación de su calidad.
- Conocer las tendencias relacionadas con el turismo en ANP de México.
- Describir el contexto geográfico, biológico, histórico, cultural y económico del área protegida Punta Sur.
- Investigar el mercado turístico de Cozumel con énfasis en la oferta y demanda de los visitantes de cruceros.
- Revelar la brecha de calidad de la experiencia turística
- Aportar herramientas para la oportuna gestión sustentable del sitio

Las contribuciones académicas esperadas radican en que, la importancia del estudio de las expectativas y percepciones en el destino turístico expuesta a lo largo del documento comprueba la necesidad de estudios del turismo que aborden este tema ya que su investigación es una de las áreas más valiosas para evaluar la satisfacción en un destino o sitio turístico (Gándara, 2004). Sin embargo, diversos autores señalan que a pesar de la relevancia que ha tenido el estudio de la calidad en distintas entidades, la mayor parte de los estudios empíricos sobre este tema se han centrado en las referentes a empresas industriales, por lo que, a pesar de su importancia la indagación en empresas enfatizadas en el servicio no ha sido tan desarrollada (Sousa y Voss, 2002), lo que vuelve relevante la aplicación de estudios que abarquen la satisfacción y la calidad percibida en los visitantes para contrastación empírica y con el fin de desarrollar mejores estrategias para la gestión sustentable (Lemak y Reed, 2000; López Fernández y Serrano Bedia, 2001; Silá y Ebrahimpour, 2002; Serrano Bedia, López Fernández y Gómez López, 2007). Además el trabajo sustenta las intenciones de contribuir en la búsqueda de este vacío mediante el estudio del Parque Punta Sur en Cozumel, Quintana Roo y brindado a la fundación responsable de su gestión y a la empresa touroperadora, resultados del análisis y recomendaciones que contribuyan como herramienta para su óptima gestión. Por último, esta herramienta puede resultar eficaz como instrumento para la gestión empresarial, especialmente en Micro PyMES de índole local.

La metodología que se empleará en esta investigación de tipo exploratorio, donde el objeto de estudio es la excursión "Jeep Adventure" de la Touroperadora Explora Caribe y la unidad de análisis son los excursionistas de crucero, se establece un tipo de muestreo no probabilístico. Asimismo las principales fuentes en los instrumentos de recolección básica se enfatizan en entrevistas semi-estructuradas que incluyen una escala de valoración, así como en entrevistas abiertas a actores claves. Por otro lado en fuentes secundarias se hará uso de estadísticas por parte de la FPMC, CONANP, APIQROO y Secretarias de Turismo estatales y nacionales, y en antecedentes bibliográficos, hemerográficos y documentos técnicos.

Conforme al análisis de la información brindada por la FPMC, en cuanto al historial de visitas generales por mes de los años 2012, 2013 y 2014, se determina la aplicación de pruebas piloto en la última semana de Marzo y la aplicación de campo en el mes de Abril y las dos primeras semanas de Mayo. La muestra quedo establecida en un total de 257 encuestas con un nivel de confianza del 90% y error del 6%. Asimismo el instrumento se aplicó en dos momentos, el primero antes de la llegada de los excursionistas al parque y finalmente, en el tiempo libre de comida o en la última parada del parque Punta Sur.

3. RESULTADOS PRELIMINARES DE LA INVESTIGACIÓN.

El perfil y comportamiento vacacional de los 149 hombres y 108 mujeres que integraron el total de la muestra quedo establecida de la siguiente manera:

Tabla 1: Variables de perfil y comportamiento vacacional de la muestra.

Variables	% (n)	Variables	% (n)
País de residencia		Nivel de estudios	
EUA Puerto Rico	73.9% (190)	Preparatoria o menor	2.3% (6)
Canadá	16.7% (43)	Tecnicatura	17.5% (45)
Latinoamérica	7% (18)	Licenciatura	78.6% (202)
Europa	2.3% (6)	Posgrado	1.6% (4)
Ocupación		Medio de conocimiento de excursión	
Estudiante	8.6% (22)	Internet	90.2% (232)
Empleado	56% (144)	Revista especializada o crucero/guía turística/folleto	3.2% (9)
Profesional Independiente	6.6% (17)	Recomendación de amigos/familia	6.2% (16)
Negocio propio	19.1 % (49)	Vendedor	0
Otro	9.7% (25)		
Tipo de grupo		Tamaño de grupo	
Pareja	25.7% (66)	2	27.6% (71)
Amigo	17.5% (45)	3	16.7% (43)
Familia	56.8% (146)	4	23.7% (61)
Solo	0	5	19% (51)
Otro	0	>6	11.2% (31)
Lugar y forma de compra de excursión		Preferencia por actividades en destinos de playa	
Pagado antes/durante del crucero	91.4% (235)	Observación de flora y fauna	17.5%
Vendedor en destino	8.6% (22)	Relax	24.3%
Directo con prestador de servicio	0	Conocer la historia y cultura local	22.9%
Otro	0	Actividades náuticas y deportivas	35.3%
		Otros	0

En base a la frecuencia de los datos anteriormente expuestos, se identifica el perfil de un visitante con lugar de residencia estadounidense, que posee nivel de estudios de licenciatura o pregrado ejerciendo como ocupación empleado activo. Con respecto a la edad, cerca del 75% de la muestra se concentra entre los 28 a 45 años. Asimismo en el componente vacacional se reconoce el segmento de viajeros en familia que su excursión la realizan en grupos de 2 y 4 personas con preferencia por actividades que incluyan las actividades náuticas y deportivas. Por otro lado se reconoce que el lugar y forma de la compra de la excursión fue antes de abordar el crucero o durante el mismo, esto en gran parte por la posibilidad que tiene el pasajero de cruceros de planear su viaje antes del abordaje por algún medio electrónico, esto se comprueba con la frecuencia en la variable "medio de conocimiento de la excursión" en donde el internet abarca el 90% del total de la muestra, denotando la importancia que este medio tiene en la actual industria de los viajes y su incidencia en la elección de preferencias.

Los resultados preliminares de la brecha de calidad sobre los tres componentes que integran la experiencia turística valorada en escala de Likert, donde 1 es poco y 5 es mucho, se muestran a continuación de manera gráfica para identificar tendencias positivas o negativas:

Imagen 1: Resultado de la brecha de calidad sobre Parque Punta Sur

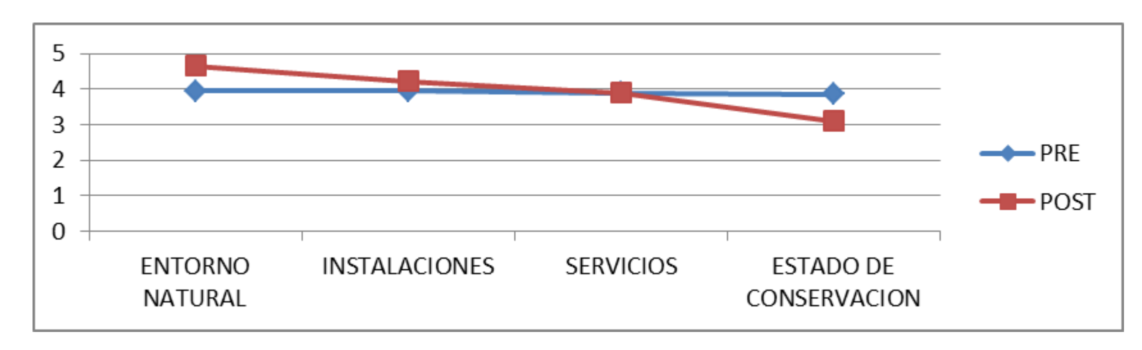


Imagen 2: Resultado de la brecha de calidad sobre prestador de servicios.

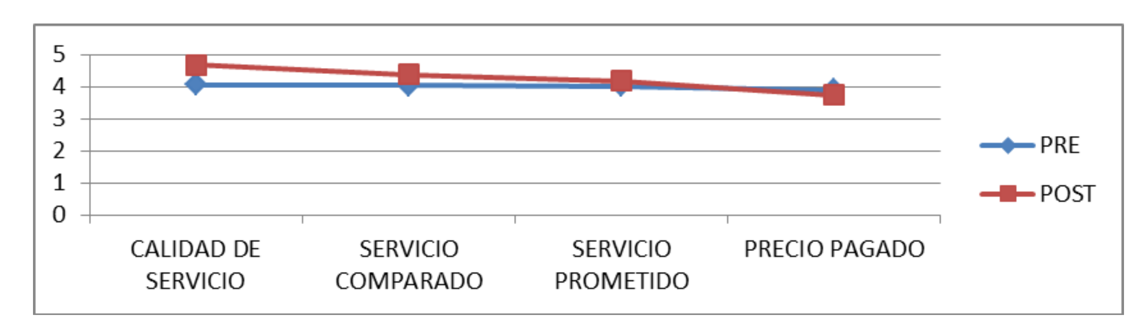
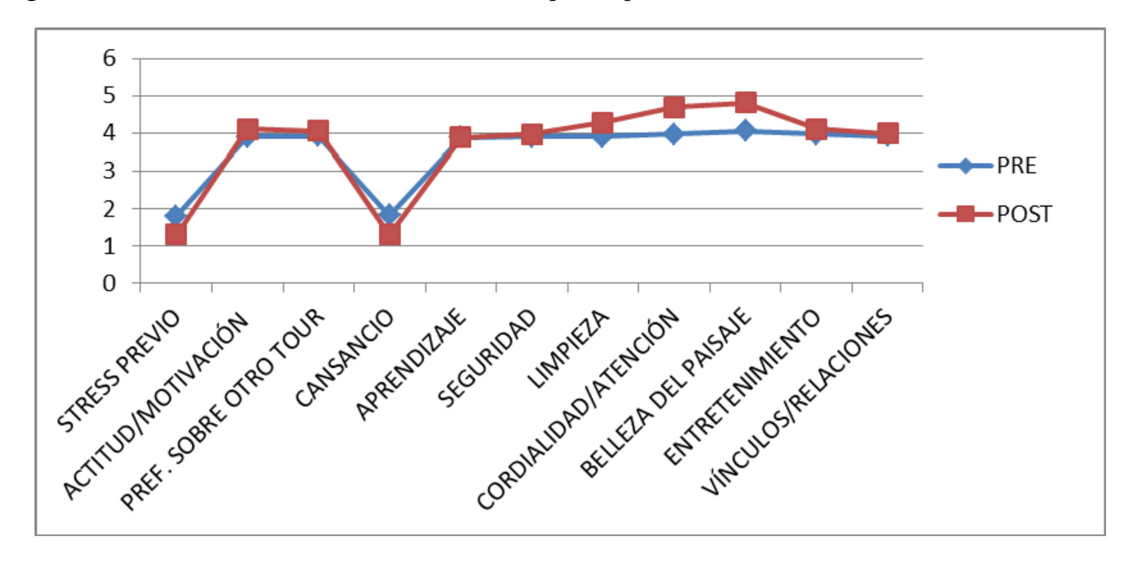


Imagen 3: Resultado de la brecha de calidad sobre aspectos psicosociales



Expuestos los gráficos acerca de los tres componentes en que se evalúa la experiencia turística del visitante, el que se refiere al parque Punta Sur muestra una valoración global promedio antes de la visita de 3.91 contra una valoración de 3.97 al haber conocido el parque; por otro lado en el referente al prestador de servicios, es decir la operadora “Explora Caribe” el global promedio antes de la experiencia fue de 4.00, mientras que al haber experimentado el tour se valora en promedio con 4.24. Por último, en el aspecto psicosocial de la experiencia turística del excursionista, al inicio de la misma se evalúa con un promedio de 3.54, no obstante al concluir su excursión se valora en 3.68.

4. CONCLUSIONES.

En la medición de la calidad en el servicio, diversos autores convergen en que la satisfacción del cliente está relacionada con la comparación entre las expectativas de éste con los servicios recibidos e influyendo por ende, en la valoración de la experiencia vivida (Camisón, Cruz y González, 2007)

De manera general al analizar los resultados de la evaluación del tour "Jeep adventure" del excursionista en el Parque Punta Sur, se identifica una valoración que satisface sus expectativas de manera aceptable, sin embargo los aspectos referentes al estado de conservación del Parque, el aprendizaje de la experiencia y el precio pagado por la excursión, poseen notables deficiencias, discrepancias y áreas de mejora que podrían contribuir a una valoración sobrepasada o positivamente confirmada.

BIBLIOGRAFÍA

AZEGLIO, A. y GÁNDARA, J. M. (2010). El estudio de imagen de destinos turísticos, en: *VIII Seminário da Associacão Brasileira de Pesquisa y Pós-Graduacão em Turismo*, 20 e 21 de setembro, Universidade Anhembi Morumbi, São Paulo.

BALOGLU, S. y MCCLEARY, K.W. (1999). "A Model of Destination Image Formation". Annals of Tourism Research, Vol.26 (4), pp.868-897. 1999ª

BERCIAL, R. Á., & TIMÓN, D. A. B. (2005). Nuevas tendencias en el desarrollo de destinos turísticos: marcos conceptuales y operativos para su planificación y gestión. Cuadernos de turismo, (15), 27-44.

BOO, E. (1992), The ecotourism. Planning for development and management, Wildlands and Humans Needs. A program of World Wildlife Fund, whn Technical Paper Series, núm. 2, julio.

BOSQUE, R. L. (2004). La política de calidad en los destinos turísticos en España: el ejemplo del Plan de Excelencia Turística en el Valle de Tena. Cuadernos geográficos, 34(1), 179-195.

BRENNER, L. (2014). Aceptación de políticas de conservación ambiental: el caso de la Reserva de la Biosfera Mariposa Monarca. Revista Economía, Sociedad y Territorio, 9(30).

CAMISÓN, C., CRUZ, S., & GONZÁLEZ, T. (2007). Gestión de la calidad: conceptos, enfoques, modelos y sistemas. Pearson.

CIFUENTES, M. (1992). Determinación de capacidad de carga turística en áreas protegidas. Bib. Orton IICA/CATIE.

CONANP (Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas). (2015). Ingresos excedentes 2014. En http://www.conanp.gob.mx/acciones/recursos_gen.php. Consultado: 13 de Abril del 2015

CROSBY, A. (1996). Desarrollo y gestión del turismo en áreas rurales-naturales. Fórum Natura.

GÁNDARA, J. M. (2004). La calidad y La competitividad de los destinos turísticos urbanos. Turismo-visão e ação, 6(1), 69.

GRÖNROOS, C. (1984). A service quality model and its marketing implications. European Journal of marketing, 18(4), 36-44.

GOBIERNO DEL ESTADO DE QUINTANA ROO, (2010). Quintana Roo rumbo a la COP16.GUADERRAMA, A. I. M., MUÑOZ, A. P., SOSA, E. V., ARROYO, J. C., & de Puebla-México, U. D. E. (2012). La relación entre la competitividad y la imagen percibida de los destinos turísticos mexicanos. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, *21*, 1211-1224

REED, R., LEMAK, D. J., & MERO, N. P. (2000). Total quality management and sustainable competitive advantage. Journal of quality management, 5(1), 5-26.

LÓPEZ, M. C., & SERRANO, A. M. (2001). Dimensiones y medición de la calidad de servicio en empresas hoteleras.

LÓPEZ, A. L. (2001). El medio ambiente y las nuevas tendencias turísticas: referencia a la región de Extremadura. Observatorio medioambiental, (4), 205-252.

LUNA, R., CASTAÑÓN, A., & RAZ-GÚZMAN, A. (2011). La biodiversidad en México: su conservación y las colecciones biológicas. *Ciencias*, *101*(101).

RÁBAGO, N. L. B., & REVAH, L. O. (2014). El ecoturismo:¿ una nueva modalidad del turismo de masas?. Revista Economía, sociedad y territorio, 2(7).

SAN MARTÍN GUTIÉRREZ, H. (2005). Estudio de la imagen de destino turístico y el proceso global de satisfacción: adopción de un enfoque integrador

SERRANO, A. M., & LÓPEZ, F. (2000). Modelos de gestión de calidad de servicio: Revisión y propuesta de integración con la estrategia empresarial. Universidad Cantabria.

SERRANO, A. M., LÓPEZ, M. C., & GÓMEZ, R. (2007). Gestión de calidad y turismo: revisión e implicaciones para futuras investigaciones. Cuadernos de Turismo, (20), 251-266.

SILA, I., & EBRAHIMPOUR, M. (2002). An investigation of the total quality management survey based research published between 1989 and 2000: A literature review. International Journal of Quality & Reliability Management, 19(7), 902-970.

ULATE, A. C. (2006). Nuevos ejes de acumulación y naturaleza. *El caso del turismo. San José: CLACSO*.

ZEITHAML, V. A., BERRY, L. L., & PARASURAMAN, A. (1993). The nature and determinants of customer expectations of service. Journal of the academy of Marketing Science, 21(1), 1-12.

REINVENCIÓN DE DESTINOS TURÍSTICOS. ESTRATEGIAS Y POLÍTICAS.

Turistificación de Xochimilco, Ciudad de México, durante el Siglo XX. Los antecedentes de la política turística moderna.

Alejandra Pérez Galicia

Universidad Autónoma Metropolitana. México

RESUMEN

La implementación de programas turísticos en el Suelo de Conservación del Distrito Federal responde al desarrollo económico de las comunidades en este espacio. Como parte de estos programas el gobierno ha trabajado en la "imagen turística", situación que ha resultado en una transformación urbana, acelerando así el proceso del deterioro ambiental y la urbanización de estas zonas.

Estos problemas de urbanización de periferias naturales, identificados a finales del Siglo XX, ya se presentaban desde comienzos del mismo siglo, y un promotor de estas modificaciones fue el turismo. La hipótesis del documento es que el turismo ha actuado como un agente urbanizador de la periferia natural de la Ciudad de México, especialmente Xochimilco, desde comienzos del Siglo XX. No obstante en el Siglo XXI el gobierno ha tratado de detener la urbanización de estos espacios a través de la implementación de programas turísticos, los cuales no han funcionado de la manera esperada por desconocer el contexto histórico de la actividad turística en Xochimilco.

Se presentará la primer parte de la investigación, para la cual se realizó una revisión documental sobre el contexto histórico del uso turístico de Xochimilco. Se tomó como punto de partida el porfiriato, época en que a través de un imaginario turístico nacionalista se comenzaron a aprovechar las periferias de la ciudad como destinos turísticos, comenzando así la transformación urbana de la zona y su inclusión a la Ciudad de México. Las primeras conclusiones de este apartado tratan sobre el papel que jugó el turismo en la urbanización de Xochimilco durante la primera mitad del Siglo XX.

Palabras clave: turistificación, Xochimilco, imaginarios turísticos, periferias turísticas

ABSTRACT

The implementation of tourist programs in the Conservation Soil of México City responds to the economic development of the communities in this space. As part of these programs the government has worked in the "tourist image" a situation that has resulted in an urban transformation, which has accelerated the process of environmental degradation and urbanization of these areas.

These problems of urbanization in natural peripheries were identified in the late twentieth century, although existed since the beginning of the century, and a promoter of these modifications was tourism. The hypothesis of the paper is that tourism has acted as a development agent of natural outskirts of Mexico City, especially Xochimilco, from the early twentieth century. However in the XXI century the government has tried to stop the development of these areas through the implementation of tourism programs, which have not worked as expected by ignoring the historical context of tourism in Xochimilco.

The first part of the research is presented, for which a literature review on the historical context of the tourist use of Xochimilco was performed. It took as its starting point the Porfiriato, a time through a nationalist tourist imaginary, the Mexican bourgeoisie began to exploit the outskirts of the city as tourist destinations, which the urban transformation of the area began. Along with this information, is presented a historical review of tourism, urban, environmental and heritage policy in Mexico, with the aim of identifying what were the antecedents of current programs.

The first conclusions of this section are about the role played by tourism in the area of Xochimilco in the first half of the twentieth century. In this regard it can be said that different governments beyond trying to urbanize, managed the musealization of Xochimilco. That is, the infrastructure and the comforts of cities were gradually introduced into the area, especially in the more touristy area, but tried not to break the typical appearance and picturesque architecture, customs and traditions that appealed to tourism Mexico City.

On the relationship between the City and Xochimilco a situation of exploitation without compensation is observed. Xochimilco helped to modernize the city by providing water service, at the expense of the inhabitants of Xochimilco, who for fifty years saw their canals were drying slowly, so that they could not enjoy the water or continue to use it for agricultural production.

Keywords: touristification, Xochimilco, tourist imaginary, tourist peripheries

1. TURISTIFICACIÓN DE XOCHIMILCO, CIUDAD DE MÉXICO, DURANTE EL SIGLO XX. LOS ANTECEDENTES DE LA POLÍTICA TURÍSTICA MODERNA.

1.1 Xochimilco y el inicio de su apreciación como destino turístico

Xochimilco es un pueblo que existe desde la época prehispánica, se caracteriza por la producción agrícola en chinampas, que son “una porción de tierra fértil hecha con troncos y raíces, rodeada de agua, construida artesanalmente en lagunas, canales y pantanos, son rectangulares y están rodeadas por hileras de árboles llamados ahuejotes, mismos que sirven para mantener a las chinampas fijas en el mismo lugar” (SMA, 2015). Durante muchos años Xochimilco se dedicó a la producción de hortalizas y flores, las cuales eran vendidas en los mercados de la ciudad de México, a los que se llegaba a través de los canales existentes.

No obstante, el uso agrícola de Xochimilco y el tránsito comercial por los canales se vería modificado a mediados del Siglo XIX. En 1850 se puso en operación el primer barco de vapor que daba servicio entre México y Chalco (pasando por Xochimilco), estos barcos eran usados por los habitantes de la Ciudad de México, quienes encontraban en este transporte una forma ideal de recorrer la ciudad para llegar a la tranquilidad de la periferia (INAFED, 2014).

Para 1891, durante el porfiriato mexicano, la actividad turística comenzó a manifestarse en Xochimilco, espacio visitado y apropiado por grupos de la alta burguesía, funcionarios, militares, ministros y colonias de extranjeros, intelectuales, escritores, pintores, entre otros., quienes veían en estas comunidades nuevos espacios de esparcimiento donde podían realizar actividades de ocio (Hernández, 2003). Este fenómeno se conoce como la creación de las periferias turísticas, donde destacan las viviendas de segunda residencia, o casas de descanso, que generalmente pertenecen a las clases más altas de la sociedad y que traían consigo el problema de la gentrificación de la zona, donde estos nuevos propietarios fueron adueñándose de la tierra y agua de las comunidades agrícolas, además de ir marginado a los habitantes originales.

En cuanto a los recursos naturales, Xochimilco comenzó a ver los suyos mermados por el crecimiento urbano, ya que en el año de 1900 la Ciudad de México enfrentó un problema de escasez de agua, situación que llevó a las autoridades, a través de la Secretaría de Fomento, a certificar la calidad y pureza del agua de Xochimilco, de forma que se decidió conducir el recurso a la Ciudad de México (Arqueomex, 2012).

En materia turística, en 1901, diez años después de que comenzara a ser visitado, se inició con la organización de clubes de regatas (Arqueomex, 2012). Para esta época, las actividades tradicionales de los habitantes de Xochimilco ya se compartían también con la de ser remeros y guías de los turistas que llegaban a la zona (Hernández, 2004).

En Xochimilco, se ofrecían una serie de “fiestas campestres” durante diversos eventos nacionales e internacionales. Un ejemplo sucedió en diciembre de 1901 cuando el gobierno ofreció una fiesta a los delegados de la Segunda Conferencia Panamericana en los canales de Nativitas. Durante esta celebración los recorridos en canoas simples y embarcaciones de vapor se acompañaron de un adorno elaborado por los habitantes de Xochimilco y colocado al fondo del lago, éste consistía en un tejido de tule y flores que creaba la ilusión de un jardín submarino. El mismo recorrido incluyó la visita a algunos de los legados históricos más sobresalientes de Xochimilco como la Casa de la Estrella, que ocupó Hernán Cortés y algunas piezas arqueológicas, entre otros (Hernández, 2003). Este tipo de recorridos funcionaron como un precursor de lo que hoy día se conoce como turismo cultural , donde ya los itinerarios turísticos se basaban en las zonas más representativas del centro de Xochimilco, dejando de lado la realidad vivida en los demás pueblos de la región.

La expropiación del agua de Xochimilco fue decretada en 1904 para iniciar con la construcción de la infraestructura que conduciría el agua a la ciudad, estimando un abastecimiento de dos mil litros por segundo. Las obras duraron de 1905 a 1914, y trajeron además otras mejoras como el tendido de una vía férrea para un tranvía que facilitó el

traslado de maquinarias y trabajadores, situación aprovechada por los visitantes. (Arqueomex, 2012).

En 1910 Xochimilco era reconocido como lugar ideal para la celebración de fiestas (Arqueomex, 2012). En esa época los diarios “El Siglo Diez y Nueve”, “El Nacional” y el “Mundo Ilustrado” ofrecían la lectura sobre las actividades que realizaban las personas de la burguesía en poblaciones rurales. A través de crónicas y fotografías era posible conocer las facilidades que el gobierno de la época ofrecía a los visitantes como el establecimiento de vigilancia policial, la apertura de trenes, entre otros. En resumen, en estas publicaciones el turismo y costumbrismo de los habitantes se fundían en narraciones novedosas, románticas y de aventura que alimentaban el imaginario turístico de la época y atraían fácilmente a más personas de la burguesía (Hernández, 2003).

Un elemento importante de estas celebraciones y publicaciones es la fecha, ya que desde 1910 México atravesaba por la Revolución Mexicana. No obstante, la promoción turística de Xochimilco, así como la afluencia de la burguesía, no disminuía aún. Ello no significa que esta situación no se vería afectada por las guerras del país.

En 1914, Xochimilco fue tomado por las fuerzas Zapatistas, ya que ahí se encontraba la infraestructura que abastecía de agua a la capital, en noviembre del mismo año los ejércitos de Zapata y Villa se reunieron en Xochimilco para entrar juntos a la ciudad. Los conflictos revolucionarios ocasionaron que en 1915 Xochimilco quedara prácticamente deshabitado (Arqueomex, 2012), además de que la afluencia de visitantes también comenzó a descender por las problemáticas del país.

Después de la revolución Mexicana, en 1921 los propietarios y trabajadores de las trajineras se agruparon para construir un nuevo embarcadero, El Salitre (existente en la actualidad), que apoyaría al viejo de La Contratada. Esta estrategia tenía por finalidad reactivar al turismo de Xochimilco, la cual a su vez promovió actividades como la producción de flores de ornato, la venta de comida en canoas, puestos callejeros, mercados y restaurantes (inaugurados en esa misma época) (Hernández, 2003).

Como parte del crecimiento urbano de Xochimilco, en 1923 se estrenaron el cine y el teatro “Las Flores”. En 1925 se fundó la Escuela de Pintura al Aire Libre y en 1927 se inauguró el reloj público de la presidencia municipal y un mercado enfrente del atrio de la iglesia principal (San Bernardino). (Hernández, 2003).

Destaca el año 1928, cuando el Presidente Plutarco Elías Calles suprimió la antigua división municipal del D.F. y Xochimilco se convirtió en Delegación. Fue también el momento en que la infraestructura pública llegó a las colonias y a los pueblos de Xochimilco (Arqueomex, 2012). En ese mismo año se inició la construcción de una carretera pavimentada que uniría a Xochimilco con las poblaciones de Nativitas, Santa Cruz, San Gregorio, San Luis, Tulyehualco, Tláhuac, San Juan Ixtayopan, Tecómitl, Milpa Alta, Tetelco, Mixquic, Huitzizingo y Chalco (Hernández, 2003).

En 1929 Pascual Ortiz Rubio inauguró su campaña electoral con un banquete en Xochimilco, en remembranza a los eventos políticos celebrados en los canales durante el porfiriato (Hernández, 2003). Por otra parte, el tranvía eléctrico que llegaba a Xochimilco

también pasaba por el pueblo de Santa María Tepepan y por el barrio de la Noria, los cuales eran susceptibles de ser visitados, se considera que al integrar a estos puntos dentro de una infraestructura de comunicación tan importante, como lo era el tranvía, se propició el desarrollo urbano de la zona (Aréchiga, 2004).

1.2 Inicios de la recuperación y protección de Xochimilco

La apertura de nuevas vialidades e infraestructura trajeron consigo el crecimiento de la mancha urbana, cuestión que a su vez llevó al detrimento de los monumentos históricos. Ante esta situación, como parte de la política de planeación, en 1935 se publicó el Plan de Desarrollo de la Ciudad de México por el Arquitecto Carlos Contreras. En este documento se buscaba proteger a Xochimilco del “deterioro sufrido a causa de las lanchas de motor y los turistas”. En materia ecológica, proponía la creación de una Zona Agrícola, de pequeñas granjas, con una “base artificial” en el centro del Lago de Texcoco, y una Zona de Reserva en un extenso territorio al este y sureste del Distrito Federal, abarcando Iztapalapa y Xochimilco (Toca, 1983).

En 1934 se expidió una nueva Ley Sobre Protección y Conservación de Monumentos Arqueológicos e Históricos, Poblaciones Típicas y Lugares de Belleza Natural (Cottom, 2011). El decreto de Protección de Monumentos, Zonas Típicas y Bellezas Naturales de 1936, derivado de la ley de 1934, declaró a Xochimilco como: una zona “típica y pintoresca”. Se declaró que tienen el mismo carácter típico y pintoresco la zona de los canales, con sus chinampas, puentes y todos los elementos que no sólo contribuían a formar el ambiente típico que se desea conservar, sino que además, poseían un fundamental carácter pintoresco (Barbosa, 2004).

Si bien el nombramiento de Xochimilco como zona “típica y pintoresca” fue creado como una medida para promover la protección de los elementos culturales de la zona, sirvió también como una estrategia turística, en la que los elementos del paisaje y forma de vida de Xochimilco destacan como atractivos dignos de ser visitados y conocidos .
De 1935 a 1940 el gobierno de la ciudad gastó $2’987,786.16 en pequeñas obras públicas en las 12 delegaciones, de los cuales el 28.53% fue a Xochimilco, de modo que ésta fue la delegación más beneficiada. Entre las construcciones realizadas en esa etapa destaca el mercado de Xochimilco (Hernández, 2003). Además, como uno de los beneficios del atractivo turístico de la Delegación, se instalaron, entre el embarcadero principal y puente, trece unidades de concreto con alumbrado público (Hernández, 2004).

Xochimilco sufrió modificaciones en 1939, ya que el pintor Francisco Goitia, representante de la Honorable Junta de Xochimilco, pidió que se ampliaran las avenidas Morelos y Francisco I. Madero. Goitia buscaba conservar los bellos paisajes de Xochimilco y adecuarlos a las necesidades urbanas, económicas, sociales y educativas de la población; sin embargo, estas acciones implicaron la destrucción de varias casas antiguas, así como la modificación de la traza histórica (Peralta, 2009). En el mismo año se comenzaron las obras de pavimentación y drenaje (Hernández, 2004).

En 1940 la comunicación fluvial de Xochimilco con la capital se vio afectada, ya que el Canal Nacional (o Canal de la Viga) fue sustituido por avenidas y calles (Terrones, 2004). No obstante, el turismo de la zona no se mermo, si bien los visitantes ya no podían

transportarse a Xochimilco a través de los canales que unían a Xochimilco con el Centro de la Ciudad, disponían de los servicios del tranvía. En 1943 se promocionaban excursiones a Xochimilco y Peña Pobre (Tlalpan), con motivo de las celebraciones de año nuevo. Estas excursiones eran promovidas por la “Compañía de Tranvías de México, S.A.” y contaban con boletos de 50 y 30 centavos para la primera y segunda clase respectivamente.

Finalmente, en 1959, ante la desecación de los canales de Xochimilco, el departamento del Distrito Federal decidió verter aguas negras con tratamiento primario a la red de canales. Lo cual ocasionó la pérdida de algunas especies, como la almeja y el pez blanco, además de que afectó al cultivo en chinampas (Merlín, 2009). La pérdida de estos elementos afectó directamente a los pobladores, quienes vieron mermadas dos de sus formas básicas de subsistencia. Pero también el turismo se vio perjudicado por la disminución de la pesca como actividad recreativa, así como el detrimento del paisaje por la pérdida de las chinampas cultivadas. Como resultado de estas acciones, la afluencia de visitantes al lugar comenzó a disminuir drásticamente, con lo cual la economía del lugar se vio directamente afectada.

1.2 Reflexiones finales. Patrimonio, naturaleza, turismo y urbanización de Xochimilco.

El artículo aborda únicamente hasta la década de los cincuenta por ser considerado el momento de deterioro ambiental de Xochimilco, ya que a partir de la década de los sesenta comenzó un acelerado proceso de urbanización sobre lo que fueron canales y chinampas. Aunque destacan también las estrategias planteadas por el gobierno mexicano y organismos internacionales durante los últimos años del siglo XX en la conservación del sitio, y que pueden ser desarrolladas en otro artículo.

Sobre el papel que jugó el turismo en la urbanización de Xochimilco durante la primera mitad del Siglo XX, se puede decir que más allá de urbanizar, se buscó musealizar a Xochimilco. Es decir, la infraestructura y las comodidades propias de las ciudades fueron introducidas paulatinamente en la zona, especialmente en el área más turística, pero se procuró no romper con el aspecto típico y pintoresco de la arquitectura, costumbres y tradiciones que atraían al turismo.

Por otra parte, se podría decir que la actividad turística en la periferia cumplió con lo señalado por los naturistas, ya que la belleza del sitio fue la que lo convirtió en un destino ideal para ser visitado, aunque posteriormente adoptó una postura economicista, donde los habitantes de la zona vieron mayores ganancias en dedicarse a esta actividad que a la agricultura.

Sobre la relación entre la ciudad y Xochimilco se observa una situación de aprovechamiento de la primera sobre la segunda. Xochimilco ayudó a la ciudad a modernizarse al brindarle el servicio de agua potable, con los cual la imagen de una ciudad limpia era más que felicitada por los demás gobiernos. Ello a cuesta de los habitantes de Xochimilco, quienes durante cincuenta años vieron como sus manantiales y canales se iban secando poco a poco, de forma que ellos no podían disfrutar del recurso, ni seguir utilizándolo para su producción agrícola.

Además, el turismo que llegaba a la zona igualmente hacía uso de los diferentes recursos, y se sentían maravillados por la belleza paisajística del sitio, situación que cambió completamente cuando, ante el agotamiento del recurso hídrico por su consumo en la ciudad, los canales de Xochimilco fueron rellenados con las aguas negras de la Ciudad de México.

En resumen, Xochimilco fue abastecedor de agua, legumbres y recreación para la ciudad hasta que ésta lo agotó y no encontró forma de reponer el daño que había originado. Aún más interesante resulta que desde principios del Siglo XX Xochimilco funcionó como un pilar para la urbanización de la capital, mientras que ellos se urbanizaron hasta la segunda mitad del mismo siglo como consecuencia de un crecimiento desmesurado y del agotamiento de recursos.

Otros dos puntos muy importantes a considerar en el uso turístico de Xochimilco recaen en su ubicación geográfica y en los imaginarios turísticos. La primera puede ser abordada desde la geografía del turismo, la cual estudia diferentes elementos de los destinos, entre ellos: La localización geográfica, donde Xochimilco resalta por su ubicación estratégica, ya que funciona como un enclave entre lo urbano y natural de la Ciudad de México y la dinámica y transformación del destino, donde se incluyen las relaciones entre los atractivos y los sistemas de comunicación y acceso. Aunado a ello, Xochimilco cuenta también con elementos ideales para el turismo como la cultura, las características ambientales y la existencia de vestigios de antiguas civilizaciones.

Por otra parte, los imaginarios turísticos sobre Xochimilco fueron alimentados de diversas maneras, durante el final del porfiriato el sentimiento nacionalista y la poesía sobre la naturaleza hacían del sitio un lugar idílico para las clases más altas. Posteriormente destacan las películas grabadas en los canales, en las cuales se muestran diferentes épocas de Xochimilco, pero en todas se resalta la belleza natural, la mexicanidad conservada por sus pueblos y su obligatoria visita.

Sobre los mismos recursos naturales y patrimoniales resalta los momentos de su protección. En el caso de los patrimoniales, desde el porfiriato se vislumbró el proteger estas huellas del pasado, aunque aún no se detectaba al turismo ni a la urbanización como los mayores depredadores de estos. Mientras que los recursos naturales, si bien fueron contemplados por el gobierno como susceptibles de agotamiento, desde 1908 ya se habían sugerido las pautas para su protección y conservación, situación que se dio con mayor fuerza en los años treinta, momento en que su agotamiento ya se veía como algo real.

Entonces, Xochimilco responde a una urbanización doble, tanto a aquella originada para la satisfacción de los visitantes, como la construida para el beneficio de la ciudad. No obstante, durante la primera mitad del Siglo XX el patrimonio natural y cultural de la zona sólo fueron contemplados como atractivos dignos de ser visitados, más no conservados.

Es decir, el turismo sí jugó un papel importante en la urbanización de Xochimilco, especialmente en la zona central, donde se instalaron servicios como la vigilancia en el porfiriato, la implementación de alumbrado público entre el embarcadero y la estación del ferrocarril, entre otros. Aunque generalmente, y hasta la fecha, estas mejoras de la imagen

urbana se han planteado como estrategias de desarrollo local que, entre los segmentos beneficiados, incluyen al turismo.

BIBLIOGRAFÍA

Aréchiga, E. (2004). De la exuberancia al agotamiento. Xochimilco y el agua, 1882-2004 In M. Terrones (Ed.), A la orilla del agua. Política, urbanización y medio ambiente. Historia de Xochimilco en el Siglo XX (1 ed., pp. 97-152). México: Gobierno del Distrito Federal, Delegación Xochimilco, Instituto de Investigaciones Dr. José María Luis Mora.
Arqueomex. (2012). Xochimilco en el Siglo XX. Xochimilco Patrimonio de la Humanidad(43), 42-44.

Barbosa, M. (2004). Entre naturales, ajenos y avecindados. Crecimiento urbano en Xochimlco, 1929-2004. In M. Terrones (Ed.), A la orilla del agua. Política, urbanización y medio ambiente. Historia de Xochimilco en el Siglo XX (1 ed., pp. 153-210). México: Gobierno del Distrito Federal, Delegación Xochimilco, Instituto de Investigaciones Dr. José María Luis Mora.

Bittencourt, P., & Veroneze, B. (2010). Planificación turística en áreas urbanas. La implementación del turismo cultural en el centro de Sao Paulo, Brasil. Estudios y Perspectivas en Turismo 19(5), 722-739.

CEFP. (2006). El sector turismo, 05/01/2015, from http://www.cefp.gob.mx/intr/edocumentos/pdf/cefp/cefp0712006.pdf

Cottom, B. (2011). Patrimonio Cultural Nacional: el marco jurídico y conceptual, 22/12/2014, from http://www.juridicas.unam.mx/publica/librev/rev/derycul/cont/4/ens/ens11.pdf

Edwards, D., Griffin, T., & Hayllar, B. (2008). URBAN TOURISM RESEARCH Developing an Agenda. Annals of Tourism Research, 35(4), 1032-1052.

FÜLLER, H., & MICHEL, B. (2014). Stop Being a Tourist! New Dynamics of Urban Tourism in Berlin-Kreuzberg. International Journal of Urban and Regional Research, 38(4), 1304-1318.

Gómez, R. (1946). Xochimilco, tierra de cultivadores de flores. In R. Olavarría (Ed.), México en el tiempo: el marco de la capital (pp. 81-97). México: Excélsior.

Hernández, H. (2004). Historia política de la Delegación Xochimilco 1929-2004. In M. Terrones (Ed.), A la orilla del agua. Política, urbanización y medio ambiente. Historia de Xochimilco en el Siglo XX (1 ed., pp. 49-96). México: Gobierno del Distrito Federal, Delegación Xochimilco, Instituto de Investigaciones Dr. José María Luis Mora.

Hernández, H. (Ed.). (2003). Xochimilco Ayer III (1 ed. Vol. 3). México: Gobierno del Distrito Federal, Delegación Xochimilco, Instituto de Investigaciones Dr. José María Luis Mora

Hiernaux, D. (1989). La dimensión territorial de las actividades turísticas. In D. Hiernaux (Ed.), Teoría y praxis del espaco turístico (1 ed., pp. 53-73). México: UAM-Xochimilco.

Hiernaux, D. (1998). El espacio Turístico: ¿Metáfora del espacio global? Diseño y Sociedad(9), 9-18.

Hiernaux, D. (2008). El giro cultural y las nuevas interpretaciones geográficas del turismo. GEOUSP Espaco e Tempo(23), 177-187.

INAFED. (2014). Enciclopedia de los Municipios y Delegaciones de México. Delegación del Distrito Federal. Xochimilco, 7/11/2014, from http://www.inafed.gob.mx/work/enciclopedia/EMM09DF/delegaciones/09013a.html

Manzato, F., & Rejowski, M. (2007). Turismo cultural: Evaluación del potencial turístico de sitios arqueológicos. Estudios y Perspectivas en Turismo Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos Argentina, 16(1), 72-91.

Mbaiwa, J., Toteng, E., & Moswete, N. (2007). Problems and prospects for the development of urban tourism in Gaborone and Maun, Botswana. Development Southern Africa, 24(5), 725-740.

Peralta, A. (2009). El Centro Histórico de Xochimilco. Un espacio vulnerable. BOLETÍN DE MONUMENTOS HISTÓRICOS | TERCERA ÉPOCA(15), 141-156.

SECTUR (Ed.). (2004). Turismo Alternativo; una nueva forma de hacer turismo. México: SECTUR.

SMA. (2015). Chinampas, 06/0372015, from http://www.sma.df.gob.mx/corena/conservacion/anp_conc_chinampas.php

Terrones, M. (2004). Una frágil modernización: la historia de Xochimilco en el Siglo XX. In M. Terrones (Ed.), A la orilla del agua. Política, urbanización y medio ambiente. Historia de Xochimilco en el Siglo XX (1 ed., pp. 17-48). México: Gobierno del Distrito Federal, Delegación Xochimilco, Instituto de Investigaciones Dr. José María Luis Mora.

Toca, A. (1983). El Distrito Federal: de la utopía al desastre Casa del tiempo, 3(30), 5-11.

Vitz, M. (2012). La ciudad y sus bosques. La conservación forestal y los campesinos en el valle de México, 1900-1950. Estudios de historia moderna y contemporánea de México(43), 135-172.

Xochimilco. (2014). Historia Retrieved 03/11/2014, from http://www.xochimilco.df.gob.mx/historia.html

REINVENCIÓN DE DESTINOS TURÍSTICOS. ESTRATEGIAS Y POLÍTICAS

Capital social comunitario y turismo sostenible como medio para el desarrollo local

Mtro. Ángel Aarón Rosado Varela*
Dra. Lourdes Castillo Villanueva**

**Universidad Politécnica de Bacalar. México*
***Universidad de Quintana Roo. México*

RESUMEN

El desarrollo local es un proceso endógeno capaz de promover el dinamismo económico y la mejoría en la calidad de vida de la población. En el país, en los años ochenta, se inicia la planeación de productos de turismo alternativo, impulsada por políticas del sector ambiental, económico y social (López, 2013) como las que el gobierno federal diseñó a través de programas sociales como el Desarrollo Sustentable de Regiones Marginadas e Indígenas y el Programa de Empleo Temporal (SEMARNAT, 1994 en López, 2013). Sin embargo, resultaron insuficientes debido al empobrecimiento y migración de la población rural, por lo que se fortalecieron estrategias de promoción del desarrollo productivo en estos sitios de marginación, pero susceptibles de convertirse en recursos turísticos, por lo que diversos organismos consideraron desarrollar actividades de turismo de naturaleza, para erradicar la pobreza del medio rural (CESTUR-UAM, 2007).

Asimismo, la forma de intervención de las iniciativas públicas han adoptado un comportamiento impositivo hacia las comunidades no organizadas dejando de lado las particularidades de los dinamismos locales, anteponiendo el interés de los proyectos y favoreciendo el productivismo y las visiones unidimensionales del desarrollo local (Solari y Pérez, 2005). En este sentido, existen teorías que analizan y atienden los temas de pobreza y desarrollo en comunidades rurales, sin embargo, el paradigma emergente del capital social destaca al contemplar en el análisis los valores, confianza, cooperación, reciprocidad, asociatividad, creencias e idiosincrasia, y que busca que los actores de las comunidades sean los principales integrantes en los temas de desarrollo basándose en sus propias estrategias y visión del mundo.

Por ello, los proyectos turísticos sustentables implementados en las comunidades necesariamente requieren de la presencia de capital social para desarrollarse adecuadamente, es decir, que sean los residentes los que lleven a cabo proyectos turísticos teniendo en cuenta dos aspectos principales: asegurar los beneficios que genera y minimizar los impactos que pongan en riesgo su identidad comunitaria. La investigación se enfocará en el uso de capital social como marco de análisis del turismo sostenible y de las relaciones entre los actores de esta actividad en un contexto de desarrollo local partiendo de la hipótesis de que a través del capital social (como un factor necesario más no

suficiente) se puede estimular el desarrollo local de las comunidades que llevan a cabo actividades turísticas, por lo que su estudio y medición debe ser contemplado en la planeación e implementación de los proyectos que se deseen desarrollar. La investigación se desarrollara en comunidades del estado de Quintana Roo que llevan a cabo actividades turísticas y entre los alcances predeterminados se encuentra el diseñar un modelo de estudio del capital social comunitario e identificar sus elementos, medir el capital social estructural y cognitivo y contrastar las diferencias entre comunidades para identificar los elementos del capital social que estimulan el desarrollo local.

Palabras clave: Capital social comunitario; desarrollo local; turismo sostenible; Quintana Roo.

ABSTRACT

The local development is an endogenous process capable of promoting economic dynamism and improvement in the quality of life of the population. During the 80s, Mexico started planning alternative tourism products, impulsed by environmental, economic, and social sector policies (Lopez, 2013) Such as the ones the federal government designed through social programs, for instance, Sustainable Development of Indigenous People and Marginalized Regions and the Temporary Employment Program (SEMARNAT, 1994 in Lopez, 2013). However, they all resulted insufficient due to impoverishment and migration of the rural population. As a result, the strategies of productive development strengthened in these marginalized sites, but susceptible to turn into tourist resources, as a result, various institutions considered developing nature tourism activities in order to eradicate poverty in rural environments (CESTUR-UAM, 2007).

Furthermore, the method of intervention of public initiatives have adopted an imposing behaviour towards non-organized communities without considering the particularities of local dynamics, putting ahead the interest of projects, productivism and unidimensional vision of local development (Solari and Pérez, 2005). In this sense, there are theories that analyse and deal with poverty issues and development in rural communities. However, the emerging paradigm of social capital stands out considering the analysis of values: trust, cooperation, reciprocity, partnership, beliefs and idiosyncrasies, and looks for community actors to be the main members in matters of development based on their own strategies and worldview.

Thus, sustainable tourist projects implemented in communities necessarily require social capital presence to develop properly, in other words, just the people who are residents should carry out tourist projects taking into account two principal aspects: Ensure the benefits it generates and minimize the impacts that put community identity at risk. Phenomenological research will focus on the use of social capital as an analysis framework of sustainable tourism and relations between the actors of this activity, in a developmental local context. Starting from the hypothesis, which says that it can be stimulated the local development of the communities that carry out tourist activities through social capital (which is necessary, but not sufficient) so that its study and measurement must be taken into account when planning and implementing projects that should be developed. The research will be carried out in communities of the state of Quintana Roo that hold tourist

activities. Among the planned goals are designing a study model of community social capital, identify their elements, measure structural and cognitive social capital and differentiate between communities to identify elements of social capital that stimulates local development.

Keywords: community social capital; local development; sustainable tourism; Quintana Roo.

1. EL DESARROLLO LOCAL DESDE LO GLOBAL Y LO LOCAL

Dentro de la globalización, el desarrollo local debe ser comprendido desde una perspectiva económica, social, cultural y política. “El desarrollo local es un proceso endógeno registrado en pequeñas unidades territoriales y asentamientos humanos… producto de la capacidad de los actores y de la sociedad local para organizarse y movilizarse con base en sus potencialidades y matriz cultural, para definir y explorar sus prioridades y especificidades en la búsqueda de competitividad en un contexto de rápidas y profundas transformaciones… que mejoren la calidad de vida de la población” (Buarque, 1999 en Boiser 2005: 52).

Para Boisier y Canzanelli (2009) y Vázquez-Barquero (2009) cuando se valoran las capacidades locales y la formación de redes territoriales (de empresas, instituciones y entidades de servicios) mejoran la productividad y competitividad de las empresas y territorios, caracterizados por un sistema social, institucional y cultural con el que interactúan. Y debido a las necesidades específicas de cada caso, es necesario proponer otra forma de estrategia de desarrollo local, pues “cada comunidad visualiza de forma diferente las prioridades que deben incluirse en sus estrategias de desarrollo” (Vázquez-Barquero 2009: 5).

1.1. Desarrollo local y turismo

Existen estudios (WTO, 2004; WTO, 2005) que apuntan que si el turismo es gestionado de manera adecuada puede incidir de manera positiva en el desarrollo local y por lo tanto disminuir la pobreza a través de la creación de empleos, principalmente en las comunidades rurales, pero antes es necesario conocer los elementos que lo impulsaran (Meixueiro, 2008). Sin embargo, si no es bien planeado o se excluyen a los actores locales puede traer efectos negativos para el desarrollo territorial (Ídem). Esta situación es la que encontramos en varios destinos del país en la que el enfoque actual no permite que haya una relación adecuada entre turismo y desarrollo local, y como consecuencia el capital social tiene un papel relevante (Solari y Pérez, 2005).

En este sentido, en el ámbito del desarrollo económico de nuestro país, el sector turismo es considerado como prioritario debido a los ingresos y empleos que genera, por lo que puede ser visto como una actividad que permita proyectar el desarrollo desde una óptica de preservación del medio ambiente y riqueza cultural como estrategia de vida comunitaria (Flores, 2008), además de reflejar beneficios económicos y sociales. De manera general se puede clasificar en dos los modelos de desarrollo turísticos (Meixueiro, 2008), el primero, basado en el turismo de masas y en la generación de ingresos y el segundo, en un modelo

que contempla un desarrollo respetuoso del medio ambiente y de la cultura local, así como los valores de cada sociedad (Ídem), en el que se encuentra el turismo de naturaleza.

2. CAPITAL SOCIAL, CATEGORÍAS Y FORMAS

Al hablar de capital social se hace referencia al "conjunto de recursos interrelacionados reales o potenciales que se construyen y aprenden dinámicamente en una organización social, caracterizada por la presencia de redes, normas, confianza y valores que orientan positivamente a sus miembros hacia el fomento de la coordinación, el intercambio y la cooperación con la finalidad de lograr el empoderamiento para alcanzar objetivos de bienestar colectivo" (Govea y Rodríguez, 2004: 72).

Molinas y Martínez (2004), Grootaert y Van Bastelaer (2001), Barbini (2008), Uphoff (2000) plantean que el capital social se divide en dos categorías de análisis: el capital social cognitivo y el estructural. El primero está situado en un plano abstracto y el segundo en un plano concreto, aunque los dos pertenecen al mismo constructo (Figueroa, 2007). El enfoque estructural se refiere a los bienes creados y apalancados a través de redes de relaciones (Nahapiet y Ghoshal 1998), es decir a las propiedades del sistema social y los componentes de la red y aspectos como la presencia o ausencia de vínculos entre las partes, densidad de las relaciones, agujeros estructurales, redes formales e informales, conectividad, etc. (Molinas y Martínez, 2004; Granovetter, 1985; Coleman, 1988; Burt, 2000; Uphoff, 2000).

El enfoque cognitivo se refiere a los recursos que proporcionan representaciones compartidas, interpretaciones y sistemas de significado entre las partes (Nahapiet y Ghoshal, 1998). Los elementos que la integran son las normas, valores, confianza, visiones compartidas y objetivos colectivos de los asociados de la organización actitudes y creencias (Díaz-Albertini, 2003; Grootaert y van Bastelaer, 2001) que son conducentes a que los actores sociales estén subjetivamente motivados a la acción colectiva, se construye sobre la base de "ideas e ideales", son las creencias compartidas, es decir, se trata de un capital subjetivo e intangible (Turner, 2011; Mota y Sandoval, 2006).

Por otra parte Durston (2002) agrega que existen seis formas de capital social: individual, grupal, comunitario, puente, escalera y societal. El *capital social individual* hace referencia a relaciones diádicas, que tienen el carácter de un contrato informal, con contenido de confianza y reciprocidad, se extiende a través de las llamadas redes egocentradas, en las que cada una tiene su propia red, distinta de la de los demás y que es un capital de cada individuo, con beneficios y manejo propios; *el grupal* es una extensión de las redes egocentradas, normalmente son grupos de entre 4 y 12 miembros donde todos son amigos. Suelen tener un solo líder, que puede ser la persona con mayor prestigio y recursos económicos o políticos que establece relaciones desiguales de poder y ejerce sobre ellos algún grado de control. Durston agrega que es un entorno propicio para emprendimientos asociativos; en el *nivel comunitario*, las instituciones socioculturales funcionan cuando hay capital social, así como en las estructuras que forman la institucionalidad de cooperación comunitaria. Puede tratarse de una comunidad definida por una vecindad estable o por intereses, y por la existencia de objetivos comunes; *el societal* se refiere al nivel nacional, sin embargo son pocos los elementos culturales comunes a todos los segmentos de la sociedad debido a temas sociales, económicos y étnicos, etc.

Con respecto al capital social de puente y de escalera, aunque para Durston constituyen formas de capital social, más bien hacen referencias a tipos o formas de asociación. En este sentido, basado en Woolcock (1998) y Narayan (1999) Durston argumenta que el *capital social puente* hace referencia a las alianzas regionales. Es una extensión del capital social individual, grupal y principalmente comunitario. Son vínculos extensos horizontales, es decir, entre actores de similar poder lo que permite crear alianzas y coaliciones, y su principal fuerza está en la unión y en los números de personas. Y el *capital social de escalera* considera, al contrario del capital social de puente, diferencias de poder entre las personas y los grupos. Conecta verticalmente a un actor de escaso poder con otro de mayor poder, y al cruzarse estos vínculos, normalmente se produce una relación entre patrón y cliente. Sin embargo, de forma positiva da acceso a las comunidades pobres a recursos económicos y políticos.

Asimismo, Durston (2002) menciona que el capital social existe en potencia en todos los grupos humanos, porque sus precursores (materia prima) son elementos socioculturales prácticamente universales. Sin embargo, el capital social no se encuentra en la misma proporción en todas las agrupaciones humanas, porque sus precursores no son automáticamente capital social. Es decir, pueden estar presentes pero no existe sinergia entre ellos. Algunos precursores del capital social a los que se refiere son las visiones comunes acerca del comportamiento probable de las personas; valores comunes que jerarquizan los objetivos que se estiman deseables; normas que definen qué se entiende por conducta apropiada en el caso de los individuos en general y de los líderes; memoria común de la historia propia; religión común, los mitos y los modelos de personajes arquetípicos; identidad común; reglas de parentesco como alianzas matrimoniales deseables, definición del rol de los parientes; rituales y ceremonias celebrados para solemnizar los vínculos y las identidades; principios de reciprocidad horizontal y vertical; y los premios y castigos culturalmente definidos que satisfacen necesidades socioemocionales y; otros.

3. EL CAPITAL SOCIAL COMO MEDIO PARA EL DESARROLLO LOCAL

Existen teorías que analizan y atienden los temas de pobreza y desarrollo en comunidades rurales, sin embargo, el paradigma emergente del capital social destaca al contemplar en el análisis los valores, confianza, cooperación, reciprocidad, asociatividad, creencias e idiosincrasia, etc. Además se preocupa porque los actores de las comunidades sean los principales integrantes en los temas de desarrollo con base en sus propias estrategias y visión del mundo, ya que cuando se les otorga el poder de seleccionar y administrar sus propios proyectos de desarrollo, las inversiones tienen mejores resultados, crece el capital social y su autoestima (Robinson, Siles y Owens, 2002).

Dicho de otra forma, el desarrollo local puede alcanzarse a través del capital social ya que sus elementos como las relaciones sociales, estructura, valores y símbolos (Figueroa, 2007; Uphoff, 2000) que se llevan a cabo en las comunidades son las que moldean el desarrollo, por lo que responde de manera adecuada a las necesidades mencionadas.

Lo importante del capital social para los individuos y los grupos que lo poseen es la potencialidad que les confiere y de la que carece el individuo aislado (Flores y Rello, 2003), pues la constante relación y colaboración entre los distintos actores locales públicos

y privados favorece el desarrollo turístico de un determinado territorio (OMT, 2001). Es decir, representa la forma de obtener beneficios a partir del aprovechamiento de redes sociales.

Esto vuelve necesario replantear hipótesis en la que el turismo de naturaleza basado en un fuerte capital social comunitario puede ser un camino hacia el desarrollo local, por ello, los proyectos turísticos sustentables implementados en las comunidades necesariamente requieren de la presencia de capital social para desarrollarse adecuadamente, es decir, que sean los residentes los que lleven a cabo proyectos turísticos teniendo en cuenta dos aspectos principales: asegurar los beneficios que genera y minimizar los impactos que pongan en riesgo su identidad comunitaria.

Se percibe la necesidad de organización de la sociedad donde las propias comunidades sean los actores principales de su desarrollo y que permita que los proyectos de turismo sostenible sean exitosos, es decir, una visión diferente de desarrollo que subsane la aparente falta de apropiación de la comunidad, de las redes de relaciones, de normas, símbolos, confianza, cooperación, reciprocidad y asociatividad, dicho de otra forma, la falta de capital social.

4. EXPERIENCIAS DE POLÍTICAS TURÍSTICAS MEXICANAS COMO MEDIO PARA EL DESARROLLO DE LAS COMUNIDADES.

La implementación de políticas turísticas en las comunidades ha incidido en los países que han considerado al turismo como forma de actividad económica. La política turística hace referencia a la serie de acciones que el Estado lleva a cabo en materia turística con el objetivo de incentivar el turismo interno y externo, así como sus actividades relacionadas (Méndez, 1998). En este sentido, “la actividad turística no se puede aislar de un entorno económico, el cual es necesario para que exista en un mercado global” (Magaña, 2009: 520). En este sentido, si el Estado pretende ser un dinamizador del desarrollo local a través de su política turística es necesario que realice un análisis y medición del capital social.

Diferentes dependencias del gobierno federal como la Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas (CDI) a través del Programa para el Mejoramiento de la Producción y Productividad Indígena (PROIN); la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación (SAGARPA) con el Programa Especial Concurrente para el Desarrollo Rural Sustentable (PEC); la Secretaría de Economía (SE) por medio del Fondo de micro financiamiento a mujeres rurales (FOMMUR); la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT) ya sea de manera directa o a través de la Comisión Nacional Forestal (CONAFOR), la Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas (CONANP) o la Comisión nacional para el conocimiento y uso de la biodiversidad (CONABIO); y la Secretaría de Turismo (SECTUR) con el Programa para el Desarrollo Regional Turístico Sustentable (PRODERETUS); han visto en el turismo de naturaleza o ecoturismo una modalidad turística que permite conservar los recursos naturales y ofrecer oportunidades de desarrollo y empleo a las comunidades, por lo que han implementado mecanismos de financiamiento económico (CESTUR-UAM, 2007; López, 2013).

Sin embargo, de manera general los resultados de estos programas no han obtenido el éxito esperado, y una de las causas puede ser la forma de intervención de las iniciativas públicas

del gobierno hay que han adoptado un comportamiento impositivo hacia las comunidades no organizadas dejando de lado las particularidades de los dinamismos locales anteponiendo el interés de los proyectos y favoreciendo el productivismo y las visiones unidimensionales del desarrollo local (Solari y Pérez, 2005) y sin considerar el análisis del capital social. En este sentido, la mayoría de las iniciativas públicas han fracasado al no considerar la especificidad propia de las comunidades en términos culturales, sociales, políticos, valóricos e históricos, por lo que se han generalizado y asumido características similares para toda una población (Figueroa, 2007).

5. EL CAPITAL SOCIAL COMO MARCO DE ANÁLISIS DEL TURISMO DE NATURALEZA EN COMUNIDADES DEL ESTADO DE QUINTANA ROO.

En el estudio denominado “elementos para evaluar el impacto económico, social y ambiental del turismo de naturaleza en México” (CESTUR-UAM, 2007) se identifican 53 localidades divididas en siete “Zonas Prioritarias de Turismo de Naturaleza”. Para el estado de Quintana Roo las zonas comprendidas dentro del estudio son Yum Balam en el municipio de Lázaro Cárdenas y comprende las localidades de Solferino, Chiquilá y Holbox; y Sian Ká an en los municipios de Solidaridad y Felipe Carrillo Puerto. El primero incluye las localidades de Playa del Carmen, Cancún, Tulúm y Punta Allen; el segundo las de Laguna Kana, Nueva Loria, Carrillo Puerto, Laguna Ocom, Xmaben y Chunyaxche.

En este estudio realizado a nivel nacional se identificaron ocho comunidades consideradas como exitosas en términos económicos, sociales y ambientales, de las cuales siete se encuentran en el estado de Quintana Roo (Punta Allen, Cancún, Tulum, Playa del Carmen, Chunyaxché, Chiquilá, Solferino). Sin embargo, también se encuentran tres de las seis comunidades catalogadas como no exitosas (Laguna Kaná, Laguna Ocom e Xmaben). Es importante mencionar que del primer grupo sólo Chiquilá recibió apoyos económicos del Estado para desarrollar actividades turísticas y del segundo grupo ninguno fue apoyado.

Se percibe que el turismo de naturaleza, derivado o no de políticas turísticas, e implementados en las comunidades requieren de la presencia de capital social para lograr el desarrollo esperado. Sin embargo, el turismo de naturaleza en el país no se ha consolidado como una “estrategia exitosa para resolver los problemas de pobreza y marginación del medio rural, principalmente en la creación de empleos y la generación de ingresos” y bienestar general de las comunidades (CESTUR-UAM, 2007), pero el logro más importante de estos proyectos ha sido la conservación de los recursos naturales de la reserva comunitaria, la “sustentabilidad y el papel positivo del ecoturismo” (Ídem: 427).

6. CONCLUSIONES

Debido a las variadas y multidimensionales definiciones de capital social, la mayoría de las investigaciones empíricas presentan algunas inconsistencias, por ejemplo, se centran en la medición de aspectos cuantitativos principalmente basados en alguna categoría del capital social o en su caso en cualitativos por lo que difícilmente integran un análisis completo; las asociaciones puente y escalera no son consideradas dejando de lado una importante fuente de información que explique el éxito e iniciativas locales; el capital social grupal no es analizado ya que como se describió, puede permitir la toma de decisiones o cuotas de poder y decisión dentro de la comunidad.

En este sentido, a través del capital social (como un factor necesario más no suficiente) se puede estimular el desarrollo local de las comunidades que llevan a cabo actividades de turismo de naturaleza, por lo que son necesarias líneas de investigación que se enfoquen en analizar los precursores del capital social en las comunidades, identificando su dinámica de asociación, capacidad de movilizar diferentes actores locales, normas e imágenes definidas, pertenencia al espacio local, lazos con actores externos, midiendo el capital social estructural y cognitivo y contrastando sus diferencias para determinar los factores que podrían estimular el desarrollo local.

En el caso del Estado, antes de implementar políticas turísticas será pertinente identificar comunidades que se encuentren en mejor situación y disposición de desarrollar actividades turísticas, y así evitar o minimizar los casos no exitosos como los mencionados en el estudio de la CESTUR. Para tal efecto, el estudio deberá ser integral e incluir el análisis del capital social grupal y comunitario, así como su asociación puente y escalera; y la inclusión de dos grandes elementos: precursores del capital social y análisis del capital social, dividido en cognitivo y estructural. Para el primero se deberán considerar variables como la confianza, desconfianza, cooperación, reciprocidad y asociatividad; y para el capital social estructural incluir a las redes sociales.

BIBLIOGRAFÍA

BARBINI, B. (2008): "Capital social y desarrollo. Aplicación de indicadores de capital social al ámbito turístico". *Aportes y Transferencias*, volumen 12, pp. 65-91.

BOISIER, S. & CANZANELLI, G. (2009): "Globalization and local development". *Universitas Forum*, Volumen 1, December 2008, pp. 1-13.

BOISIER, S. (2005): "¿Hay espacio para el desarrollo local en la globalización?". Revista de la CEPAL, Número 86, Agosto 2005, pp. 47-62.

BURT, R. (2000): "The Network Structure of Social Capital". *Research in Organizational Behavior*, volumen 22, Mayo 2000, pp. 1-98.

CESTUR-UAM (2007): *Elementos para evaluar el impacto económico, social y ambiental del turismo de naturaleza en México*. CESTUR, México.

COLEMAN, J. (1988): "Social Capital in the Creation of Human Capital". *The American Journal of Sociology*, volumen 94, Supplement: Organizations and Institutions: Sociological and Economic Approaches to the Analysis of Social Structure 1988, pp. S95-S120.

DÍAZ-ALBERTINI, J. (2003): *Capital social, organizaciones de base y el Estado: recuperando los eslabones perdidos de la sociabilidad*. En R. Atria (Ed.), *Capital social y reducción de la pobreza en América Latina y el Caribe*, pp. 115-145. CEPAL, Santiago de Chile.

DURSTON, J. (2002): *El capital social campesino en la gestión del desarrollo rural*, CEPAL, Santiago de Chile.

FIGUEROA, V. (2007): *Capital social y desarrollo indígena urbano: una propuesta para una convivencia multicultural. Los mapuches de Santiago de Chile* (Tesis doctoral). Ciencia política, Universitat Ramon Llull, Barcelona, España.

FLORES, C. (2008): *Desarrollo Local y Turismo*. Instituto de Investigación Servicios y Consultoría Turística, Bolivia.

FLORES, M. Y RELLO, F. (2003): *Capital social: virtudes y limitaciones.* En R. Atria (Ed.), *Capital social y reducción de la pobreza en América Latina y el Caribe*, pp. 115-145. CEPAL, Santiago de Chile.

GOVEA, H. Y RODRÍGUEZ, I. (2004): "Capital social. Potencial para el análisis integral sociopolítico". *Cayapa Revista Venezolana de Economía Social*, volumen 4, pp. 66-90.

GRANOVETTER, M. (1985): "Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness". *The American Journal of Sociology*, volumen 91, noviembre 1985, pp. 481-510.

GROOTAERT, C. Y VAN BASTELAER, T. (2001): "Understanding and measuring social capital: a sintesis of findings and recomendations from the social capital initiative". S*ocial capital initiative*, working paper 24, Abril 2001, pp. 1-31.

LÓPEZ, G. (2013): "Políticas Gubernamentales para el desarrollo del turismo naturaleza en comunidades y pueblos indígenas en México". *Patrimonio cultural y turismo*, volumen 19, pp.102-109.

MAGAÑA, I. (2009): "La política turística en México desde el modelo de calidad total: un reto de competitividad". *Economía, Sociedad y Territorio*, volumen 9, Mayo-Agosto 2009, pp. 515-544.

MEIXUEIRO, G. (2008): "Impacto de la actividad turística en el desarrollo local". *Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública*, Documento de Trabajo núm. 48, Julio 2008, pp. 1-40.

MÉNDEZ, J. (1998): *Problemas económicos de México*, McGraw Hill, México.

MOLINAS, J. Y MARTÍNEZ, B. (2004): "Capital social, metas del milenio y desarrollo local: el caso de la Iniciativa de Carapeguá en Desarrollo, Paraguay", *Instituto Desarrollo,* Asunción, Paraguay.

MOTA, L., Y SANDOVAL, E. (2006): "El rol del capital social en los procesos de desarrollo local. Límites y alcance en grupos indígenas". *Economía, Sociedad y Territorio*, volumen 5, Enero-Abril 2006, pp. 781-819.

NAHAPIET, J. Y GHOSHAL, S. (1998): "Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage". *The Academy of Management Review*, volumen 23, Abril 1998, pp. 242-266.

NARAYAN, D. (1999): *Bonds and Bridges: Social Capital and Poverty*, Banco Mundial, Washington, DC.

OMT (2001): *Cooperación entre sectores público y privado*, CEOMT, Madrid.

ROBINSON, L.; SILES, M.; OWENS, J. (2002): "A Performance Evaluation of the Nicaraguan Social Investments Funds". *Department of Agricultural Economic Staff Paper*, núm. 02-00, Michigan State University.

SOLARI, A. Y PÉREZ, M. (2005): "Desarrollo local y turismo: relaciones, desavenencias y enfoques", *Economía y Sociedad*, volumen 10, Julio-Diciembre 2005, pp. 49-64.

TURNER, J. (2011): *Social capital: measurement, dimensional interactions, and performance implications.* Tesis Doctoral en Administración, Clemson University.

UPHOFF, N. (2003): *El capital social y su capacidad de reducción de la pobreza*. En R. Atria (Ed.), *Capital social y reducción de la pobreza en América Latina y el Caribe*, pp. 115-145. CEPAL, Santiago de Chile.

VÁZQUEZ-BARQUERO, A. (2009): "Desarrollo local, una estrategia para tiempos de crisis". *Universitas Forum, volumen 1,* Mayo 2009, pp. 1-11.

WOOLCOCK, M. (1998): "Social Capital and Economic Development: Toward a Theoretical Synthesis and Policy Framework". *Theory and Society*, volumen 27, pp. 151-208.

WORLD TOURISM ORGANIZATION (2004): *Tourism and Poverty Alleviation Recomendations for Action, WTO.*

WORLD TOURISM ORGANIZATION (2005): "*Tourism, Microfinance and Poverty Alleviation*", WTO.

REINVENCIÓN DE DESTINOS TURÍSTICOS. ESTRATEGIAS Y POLÍTICAS.

La percepción de la imagen de un destino turístico y la sustentabilidad

Oswaldo del Jesús Uc Canché
María de Jesús Moo Canul
Lucinda Arroyo Arcos
Romano Gino Segrado Pavón

Universidad de Quintana Roo. México

RESUMEN

La Isla de Cozumel es el principal destino de cruceros en México, cifras de la Secretaría de Turismo del estado señalan que en el 2014 recibió 1, 109 cruceros y 3, 404, 500 pasajeros, consolidando su liderazgo estatal y nacional. Pero, junto con sus principales atractivos turísticos cuenta con dos áreas naturales protegidas, lo que lo convierte en un destino con fragilidad ambiental. El objetivo de esta investigación fue analizar la percepción de la imagen turística de Cozumel que poseen los visitantes de pernocta, quienes permanecen más tiempo en el destino y su percepción de la imagen es más completa que los visitantes de cruceros.

La metodología es de enfoque cuantitativo, descriptiva y de corte transversal, se aplicaron 384 cuestionarios en idioma inglés y español en marzo y abril de 2015. Los sujetos de estudio fueron los turistas que transitaron de Cozumel hacia Playa del Carmen, mayores de 18 años de edad de ambos sexos, y pernoctaron. Las variables analizadas fueron: recursos naturales y culturales, infraestructura, condiciones socioeconómicas y la atmosfera. Los resultados obtenidos se analizaron en el software Smart PLS, versión 3, que permitió identificar la percepción de los turistas sobre la imagen del destino, utilizando el modelo teórico de formación de la imagen del destino.

Los principales hallazgos muestran una evaluación general significante y positiva de la diferentes dimensiones de la formación de la imagen que tienen de Cozumel como destino turístico, y también se encontró que en los turistas encuestados influyen con mayor peso los aspectos relacionados con la infraestructura, seguido del entorno social, recursos culturales, medio ambiente, y recursos naturales.

Se concluye que a través de la selección estratégica de un nuevo mensaje de comunicación es posible modificar los significados e influir en el comportamiento de los visitantes, quienes ya perciben positivamente la imagen del destino, lo cual puede generar mayores beneficios para la isla procurando mantener un equilibrio entre la búsqueda de mayor impacto económico y la preservación del medio ambiente de este.

Palabras clave: Cozumel, turismo, percepción, desarrollo sustentable

ABSTRACT

The island of Cozumel is the main destination for cruise ships in Mexico, figures from the Ministry of Tourism of the state indicate that in 2014 received 1, 109 cruises and 3, 404, 500 passengers visiting the destination, consolidating its state and national leadership. But along with its main tourist attractions has two protected natural areas, making it a destination with environmental fragility. The aim of this research was to analyze the perception of the tourism image of Cozumel to have overnight visitors who stay longer at the destination and their image perception of it is more complete than cruise visitors.

The methodology is quantitative approach, descriptive and cross-sectional, 384 questionnaires were applied in English and Spanish, in March and April, 2015. The study subjects were tourists transited from Cozumel to Playa del Carmen, aged 18 years old of both sexes, and who on his trip includes overnight stay. The variables analyzed were: natural and cultural resources, infrastructure, socioeconomic conditions and atmosphere. The results were analyzed in the Smart PLS software version 3, which identified the perception of tourists on the destination image, using the theoretical model of forming the image of the destination.

The main findings show a significant and positive overall assessment of the different dimensions of formation of the image they have of Cozumel as a tourist destination, and also found that tourists polled more heavily influence aspects related to infrastructure, followed by social, cultural resources, environment, and natural resources.

We conclude that through the strategic selection of a new communication message it can change the meaning and influence the behavior of visitors, who already positively perceived the image of the destination, which can generate greater benefits for the island trying to maintain a balance between the pursuit of greater economic impact and environmental preservation of this.

Keywords: Cozumel, tourism, perceptions, sustainable development

1. INTRODUCCIÓN

La imagen de destino turístico es actualmente uno de los fenómenos más examinados dentro de la investigación en turismo (Gartner y Shen, 1992; Chen y Hsu, 2000; Tapachai y Waryszak, 2000; Chen, 2001, citado en San Martín, 2005).

De acuerdo con Echtner y Ritchie (1991: 33), la imagen del destino se representa como un elemento clave para ser elegido como el lugar ideal para vacacionar. Y esta se refiere a “la representación mental de las creencias, sentimientos y la impresión global del individuo sobre un destino turístico” (Baloglu y Mcleary, 1999: 870). Es decir, se ha definido como la percepción global que un individuo o un grupo de individuos posee sobre un destino (Hunt, 1975; Crompton, 1977; Chosall, 1990; Fakeye y Crompton, 1991; citados en Rial, *et. al*, 2008). Es el resultado agregado de todas las características positivas y negativas percibidas por este (Rodríguez, *et al.*, 2006), que se configura como el resultado de las interacciones entre experiencias, impresiones, creencias, sentimientos y fragmentos de conocimientos (Worcester, 1997, citado en Gómez, *et al.*, 2013).

En este sentido, la imagen de un producto turístico consiste en criterios conativos y emocionales asociados con el producto, reduciendo de esta manera la imagen a un plano afectivo, sin considerarse que pueda estar también influenciada por factores racionales (Mazanec, 1994, citado en Andrade, 2012), es decir, se basa en las percepciones del turista

más que en la realidad objetiva del propio destino (Gartner, 1993, citado en Andrade, 2012).

Por su parte Ragavan, Subramonian y Sharif (2014) consideran que mientras mayor sea la percepción de los atributos del destino, mayor será la probabilidad de que la imagen percibida sea positiva. Sin embargo una buena imagen no garantiza una valoración idéntica como destino (Rodríguez, *et. al*, 2006). En ese sentido Ortega y Rodríguez (2005) sugieren que hace falta manejar una adecuada estrategia de comunicación para que los turistas perciban con mayor precisión los servicios que se les ofrece.

En el trabajo de Gómez, *et al.* (2013) analiza las dimensiones planteadas por Baloglu y Mc Cleary (1999), Beerli y Martín, (2004); entre otros, y realiza una propuesta de variables que consideran que intervienen en la percepción de la imagen del destino: la infraestructura, las condiciones socioeconómicas, los recursos naturales, culturales y la atmósfera. En ese caso de estudio concluyen que la infraestructura, el entorno socioeconómico, los recursos naturales y culturales, son percibidos de manera positiva; mientras que la atmósfera contribuyó a una imagen negativa del el destino.

Para esta investigación se revisaron nuevamente estas propuestas y se integran las siguientes dimensiones o variables: infraestructura, entorno social, recursos naturales, recursos culturales y medio ambiente, utilizando principalmente la base teórica el modelo discutido de formación de la imagen del destino por Baloglu y Mc Cleary (1999); Beerli y Martín, (2004); y que se concentran en los trabajos de Gómez, *et al.* (2013).

2. ÁREA DE ESTUDIO

Cozumel es la isla del Caribe Mexicano que pertenece al estado de Quintana Roo. Es considerado entre los principales centros de buceo submarino a nivel mundial y es famoso por el color de sus cristalinas aguas y para llegar a la ínsula se hace a través de medios de transporte aéreo y marítimo (INAFED, 2010).

Su actividad económica está basada en el turismo, y es el principal puerto receptor de cruceros en el país, sin embargo estos son visitantes sin pernocta. Cabe destacar que el turismo en la isla de Cozumel es de gran importancia debido a que es el principal sector productivo; y que durante el año 2013 generó una derrama económica de 485.96 dólares al estado (SEDETUR, 2014).

En este contexto, el objetivo de esta investigación fue analizar la percepción de la imagen turística de la isla de Cozumel que poseen los visitantes de pernocta, porque permanecen más tiempo en el destino y su percepción de la imagen es más completa que los visitantes de cruceros.

3. METODOLOGÍA

La metodología es exploratoria, de enfoque cuantitativo, descriptiva y corte transversal. Se determinó una muestra para poblaciones infinitas y se aplicaron 385 cuestionarios en idioma inglés y español, en marzo y abril de 2015. Los sujetos de estudio fueron los turistas que transitaron de Cozumel hacia Playa del Carmen, mayores de 18 años de edad de ambos sexos, y quienes en su viaje incluyeron una noche de pernoctación y su motivo de viaje fue realizar turismo, usando la clasificación de la OMT (2010). Se analizaron 377 cuestionarios que cumplieron estos requisitos.

Las variables analizadas fueron: recursos naturales, infraestructura, entorno social, medio ambiente, y recursos culturales, utilizando como base teórica el modelo discutido de formación de la imagen del destino por Baloglu y Mc Cleary (1999); Beerli y Martín,

(2004); y que se concentran en los trabajos de Gómez, *et al.* (2013). De estos estudios se construye el modelo a probar con las siguientes dimensiones: Recursos naturales, medio ambiente, entorno social, recursos culturales e infraestructura. Los ítems fueron adaptados al idioma español e inglés y se formularon en escala de Likert del 1(totalmente en desacuerdo) al 10 (totalmente de acuerdo).

Los resultados se analizaron en el software estadístico Smart PLS, versión 3, para explorar y predecir la percepción de los turistas sobre la imagen del destino y validar el modelo propuesto.

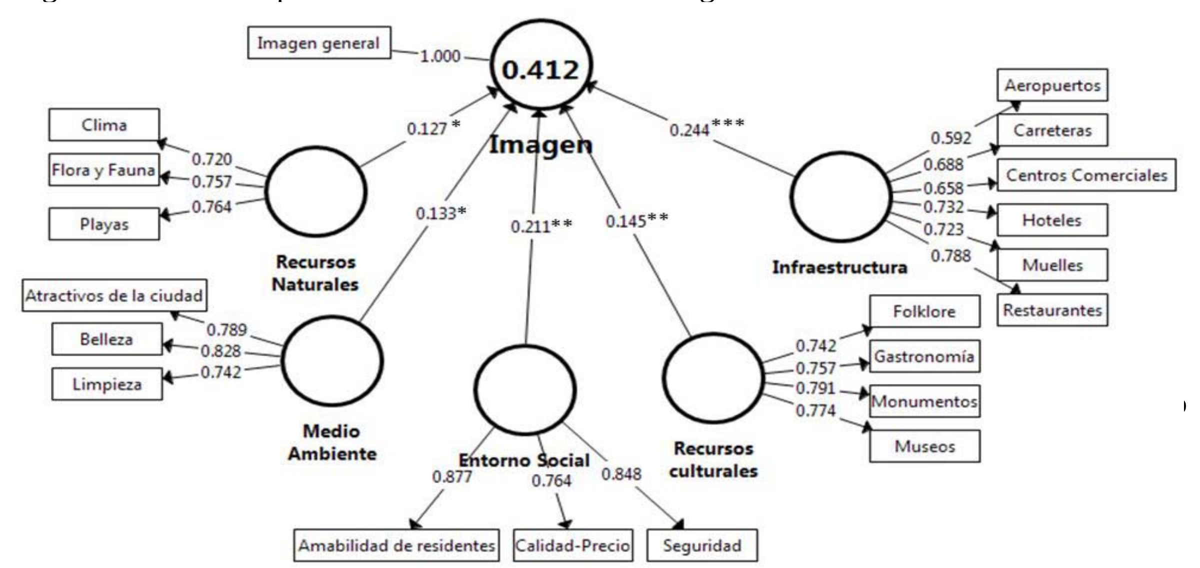
4. ANÁLISIS DE LOS DATOS

Como primera parte se procedió al análisis de la fiabilidad y validez del modelo del modelo factorial exploratorio.

Para la fiabilidad se revisó las cargas de los indicadores y el Alfa de Cronbach de cada constructo (Cronbach, 1951) y un índice de fiabilidad compuesta (IFC) (Werts *et al.*, 1974), con dicha revisión del modelo propuesto fue necesario eliminar los indicadores que no cumplieron estos criterios: contaminación y tráfico del constructo medio ambiente; estabilidad política y vida nocturna del constructo entorno social; y aeropuerto del constructo infraestructura. Se conservan los indicadores de las dimensiones de medio ambiente y recursos naturales para guardar validez convergente y porque los valores IFC estuvieron por encima del punto de corte y es un mejor indicador de consistencia interna que el coeficiente Alfa de Cronbach, al no asumir que todos los indicadores tienen el mismo peso en el constructo (Chin, 1998).

Analizada la validez discriminante se verificó que la varianza extraída promedio (AVE) estuviera por encima del punto de corte 0.5 (Fornell y Larcker, 1981), en el caso del constructo infraestructura se decide conservar por estar cerca del punto de corte (0.489). Se revisó que la varianza extraída promedio de cada constructo fuera superior al cuadrado de las correlaciones entre pares de los otros constructos (Fornell y Larcker, 1981), así como la revisión de las cargas cruzadas (Götz *et al.*, 2010), comprobando que las cargas de los indicadores correspondieran al constructo teóricamente planteado. En cuanto a la no colinealidad se validó mediante el factor de inflación de la varianza (FIV), cuyos valores internos y externos fueron menores al punto de corte de 10 (Diamantopoulos *et al*., 2008, Henseler *et al*., 2009). Finalmente, para verificar la validez nomológica se realizó un *bootstrapping* de 500 submuestras, y se analizó la significancia estadística de las relaciones hipotéticas del modelo depurado que se presentan en la figura 1.

Figura 1. Modelo depurado de la formación de la imagen del destino.



En las relaciones hipotéticas del modelo estructural los datos empíricos predicen una relación existente entre todas las dimensiones planteadas en la formación de la imagen del destino.

Por orden de significancia de las dimensiones, la infraestructura es la que más contribuye positivamente en la formación de la imagen del destino de los turistas que visitan Cozumel.

En cuanto al tamaño de los coeficientes *path* del modelo estructural, nuevamente la infraestructura (ß = 0.244; $p < 0.001$) es lo que influyen con mayor peso, seguido del entorno social (ß = 0.211; $p < 0.01$), recursos culturales (ß = 0.145; $p < 0.01$), medio ambiente (ß = 0.133; $p < 0.05$), y recursos naturales (ß = 0.127; $p < 0.05$).

Con estos resultados se observa que existe similitud en los resultados analizados por Gómez, *et al.* (2013), en cuya investigación se obtuvo que la infraestructura y recursos naturales influyen positiva y significativamente en la formación de la imagen del destino, no así el caso del entorno social y atmósfera que no influyeron en la perspectiva del visitante, para este caso de estudio sí.

5. CONCLUSIONES

Desde el punto de vista de las implicaciones de los resultados en el destino, es posible predecir que las cinco dimensiones planteadas tienen influencia positiva y significativa en los visitantes que pernoctan en el destino, aunque con mayor influencia los aspectos relacionados a la infraestructura. En el caso de Cozumel, principal destino de cruceros en México, cuya oferta turística se encuentra basada en la infraestructura, resulta interesante observar que este aspecto es uno de los que influyen en la construcción de la percepción que los visitantes, lo que sugiere una externalidad positiva derivada de la construcción de infraestructura dirigida a otro segmento. Pero resulta preocupante observar que los aspectos relacionados con el desarrollo sustentable como los recursos naturales y medio ambiente, fueron las dimensiones con menor significancia estadística y menor influencia en la construcción de la imagen de este destino.

Con este análisis se puede sugerir que para las decisiones de la gestión del destino se tome en consideración el mensaje de comunicación que se está proyectando del destino, con el objetivo de modificar los significados e influir en el comportamiento de los diferentes

visitantes, quienes ya perciben positivamente la imagen del destino, pero reforzando el cuidado del medio ambiente, con el objetivo de fomentar acciones de comunicación de un destino sustentable, ya que con estos resultados se observa que estas dimensiones fueron las que influyeron en menor medida en la formación de la percepción de los turistas. En este contexto, es posible modificar la percepción del destino desde su orientación actual, en la búsqueda de mayores beneficios económicos, sociales y ambientales para la isla y preservar las Áreas Naturales Protegidas con las que cuenta.

Finalmente, se aclara que en esta investigación es de tipo exploratorio y se usaron los indicadores y las dimensiones basados en los estudios de Gómez, *et al.* (2013), Beerli y Martín (2004) y Baloglu y Mc Cleary (1999) que se consideran cognitivas lo cual abre la oportunidad de analizar este línea de investigación desde otras perspectivas.

BIBLIOGRAFÍA

Andrade, M., (2012). La interpretación de la realidad del destino por parte de los turistas: Evaluaciones cognitivas y afectivas. *PASOS: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 10* (5), 477-494.

Baloglu, S. y McCleary, K. (1999).A model of destination image formation. *Annals of tourism research, 26,* (4), 868-897.

Beerli, A. y Martín, J. (2004). Factors influencing destination image. *Annals of tourism research, 31,* (3), 657-681.

Cronbach, L. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika, 16* (3), 297-334.

Diamantopoulos, A. Riefler, P. y Roth, K. (2008). Advancing formative measurement models. *Journal of Business Research, 61* (12), 1203-1218.

Etchner, C. y Ritchie, J. (1991). The meaning and measurement of destination image. *Journal of tourism studies, 14* (1), 37-48.

Fornell, C. y Larcker, D. (1981). Evaluating structural equation modelswith unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research, 18,* 39-50.

Gómez, M., García, J.y Molina, A. (2013). Imagen cognitiva de los destinos de interior desde la perspectiva de residentes y visitantes: Una aplicación empírica en 4 regiones españolas. *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa, 16* (3), 167-179.

Götz, M., Willis, M., Kandalam, A., Ganteför, G., y Jena, P. (2010). Origin of the Unusual Properties of Aun(BO2) Clusters. *ChemPhysChem, 11* (4), 853-858.

Henseler, J. Ringle, C. y Sinkovics, R. (2009). The use of partial least squares path modeling in international marketing. *New Challenges to International Marketing Advances in International Marketing, 20,* 277-319.

Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal. (2010). *Cozumel*. Recuperado de: http://www.inafed.gob.mx/work/enciclopedia/EMM23quintanaroo/index.html

Organización Mundial del Turismo. (2010). *Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo 2008*. Madrid-New York: Naciones Unidad.

Ortega, E. y Rodríguez, B. (2005). Importancia de la comunicación en los destinos turísticos internacionales: La percepción de los turistas extranjeros en los destinos españoles. *Cuadernos de Turismo, 15*, 169-188.

Ragavan, N., Subramonian, H., Sharif, S. (2014) Tourists' perceptions of destination travel attributes: An application to International tourists to Kuala Lumpur. *Social and Behavioral Sciences Procedia, 144*, 403-411.

Rial, A., García, A. y Varela, J., (2008). Una aplicación metodológica para el estudio de la imagen de marca de un destino turístico. *PASOS, Revista de turismo y patrimonio cultural, 6* (1), 1-10.

Rodríguez, E., Requena, K., Muñoz, J., Olarte, M. (2006). Imagen turística de los países latinoamericanos en el mercado español. *Cuadernos de Turismo, 17*, 189-199.

San Martín, H. (2005). *Estudio de la imagen de destino turístico y el proceso global de satisfacción: Adopción de un enfoque integrador*. Tesis doctoral, Universidad de Cantabria, Cantabria, España.

Secretaría Estatal de Turismo del Estado de Quintana Roo. (2014). *Indicadores turísticos,* recuperado de: http://sedetur.qroo.gob.mx/index.php/estadisticas/indicadores-turisticos.

Werts, C. Linn, R., Jöreskog, K. (1974). Intraclass Reliability Estimates: Testing Structural Assumptions. *Educational and Psychological Measurement, 34*, 25-33.

REINVENCIÓN DE DESTINOS TURÍSTICOS. ESTRATEGIAS Y POLÍTICAS.

Haciendas cacaoteras como producto turístico cultural

Manuela Camacho Gómez
Gilda María Berttolini Díaz
Iris Rodríguez Domínguez
Manuela Camacho Domínguez

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. México

RESUMEN

En esta comunicación se presentan avances de los resultados obtenidos en la investigación "Estudio de competitividad turística de las haciendas chocolateras en Tabasco, México" en su apartado de comunicación, promoción y marketing. La delimitación geográfica del estudio se concentra en el municipio de Comalcalco, Tabasco, México. El objetivo fue identificar las estrategias, tácticas y acciones de marketing, comercialización y promoción de las haciendas en el sector turístico. El método utilizado fue cualitativo, el diseño de la investigación siguió un enfoque fenomenológico sistémico. Los resultados que aquí se presentan se refieren a las estrategias de marketing y promoción utilizados actualmente por las Haciendas Cacaoteras ubicadas en Comalcalco, en las cuales se perciben grandes áreas de oportunidad.

Palabras clave: Marketing, Turismo Cultural, Haciendas Cacaoteras, Chocolate

ABSTRACT

In this paper advances the results of the "Study of tourist competitiveness of cocoa haciendas in Tabasco, Mexico" in the category of communication, promotion and marketing are presented. The geographical scope of the study focuses on the city of Comalcalco, Tabasco, Mexico. The aim was to identify the strategies, tactics and marketing activities, marketing and promotion of the farms in the tourism sector. The method used was qualitative research design followed a phenomenological systemic approach. The results presented here refer to the marketing and promotion strategies currently used by cacao plantations located in Comalcalco, in which large areas of perceived opportunity.

Keywords: Marketing, Cultural Tourism, Cocoa Haciendas, Chocolate

1. INTRODUCCIÓN

El turismo cultural es una especialidad basada en intangibles valioso que incluyen la historia, el conocimiento, el patrimonio y las personas. Todo ello con la premisa de preservarlo, regenerarlo y de ser posible, redimensionarlo con valor agregado. En tal sentido, el Estado de Tabasco puso en marcha en 2014, el Circuito del Agua y Chocolate. Este nuevo escenario turístico, además de ser una oportunidad, también representa retos para el marketing, comercialización y promoción de las haciendas cacaoteras que forman parte del Circuito.

REVISIÓN DE LITERATURA

1.1 Tendencias del Turismo

Las tendencias del turismo demuestran la relevancia del uso del marketing, tanto para los destinos que precisan de convertirse en marca, como para sus productos; esto con el propósito de consolidar a sus segmentos actuales y atraer a nuevos compradores. Las estrategias de marketing impulsan el conocimiento de las marcas, las cuales deben ir asociadas con beneficios. Otro elemento clave es el posicionamiento donde resulta fundamental el desarrollo de comunicaciones integradas que se enmarquen en la imagen corporativa que se desea proyectar al o los segmentos prioritarios. Con estas premisas, las competencias centrales del destino son básicas para identificar sus principales activos, aquellos distintivos que la diferencian o la hacen más atractiva respecto a sus competidores. Para ello, se debe tomar en cuenta que, en los nuevos escenarios mundiales, el consumidor del turismo busca valor total, experiencias con sentido y prefieren ser cocreadores activos de contenidos, productos y experiencias (OMT, 2014).

1.2 Políticas turísticas en México

Respecto a las políticas turísticas, el Plan Nacional de Desarrollo contempla el aprovechamiento del potencial turístico del país para generar una mayor derrama económica. Dentro de sus estrategias se localiza el fomento a la innovación de la oferta y la elevación de la competitividad del sector turístico, para lo cual se incluyen líneas de acción referidas a "Posicionar adicionalmente a México como un destino atractivo en segmentos poco desarrollados, además del sol y playa, como el **turismo cultural**, ecoturismo y aventura, salud, deportes, de lujo, de negocios y reuniones, cruceros, religioso, entre otros" (Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018, p. 143).

El Gobierno de Tabasco, por su parte, considera la estrategia central de "Impulsar la difusión de la cultura turística con la finalidad de mejorar la calidad de los servicios"; para la cual estiman entre sus líneas de acción, difundir la información de los servicios que se ofertan en el estado, mediante estrategias y tácticas integrales de mercadotecnia que fortalezcan al sector turístico e intensifiquen la promoción de los servicios que se ofrecen en los atractivos turísticos, mediante aplicaciones móviles, impresos y redes electrónicas de información (Plan Estatal de Desarrollo 2013-2018, pp. 67-69).

1.3 Turismo Cultural

El componente cultural es un intangible, que en la medida que se valora, se convierte en un elemento diferenciado. En términos antropológicos, la cultura es un grupo de símbolos,

valores, actitudes, habilidades, conocimientos, significados, formas de comunicación y de organización sociales, y de bienes materiales que hacen posible la vida de una sociedad determinada (Bonfil, 2004, p 118). Es por eso que al vislumbrar el turismo con un enfoque cultural, se precisa de conocer que la antropología del mismo tiene como objeto de análisis el encuentro (encounter) que se produce en la relación de aceptación mutua entre el huésped y el anfitrión (guest/host), dentro de un espacio antrópico y natural específico (territorio) (Lagunas, 2007, p. 28).

Al vincular la cultura con las riquezas naturales, es preciso tomar en cuenta la asociación con el desarrollo social y la conservación del medio ambiente (Forero, 2009). El turismo en este segmento, hace las veces de factor de regeneración y revitalización tanto económica como paisajística. El turismo cultural puede ser por motivación profunda o superficial, para la recuperación urbanística y arquitectónica de importantes conjuntos históricos (Gómez, Mondéjar y Sevilla, 2005). En este sentido, la cultura representa ambientes con riquezas naturales excepcionales, en convergencia con el patrimonio de recursos no renovables (Forero, 2009). El turismo cultural, por tanto, es concebido como un factor de regeneración y revitalización tanto económica como paisajística (Gómez et al, 2005).

El segmento de turismo cultural se caracteriza por ser, en su mayoría, de la clase media. Son clientes ávidos de conocimiento, basados en hechos objetivos, y dispuestos a intentar entender el cómo y porqué de los elementos mostrados, de maravillarse del conjunto y sorprenderse con los detalles (Santana, 2003). Demandan calidad, están conscientes del cuidado ambiental y poseen suficiente capacidad adquisitiva (García, 2005). Además, le confieren un valor agregado a la cultura, y están dispuestos a recorrer largas distancias para conocer atributos relativos a la arquitectura o cultura viva, aunque también les interesa el precio, clima, paisaje y actividades que puedan satisfacer a los integrantes del grupo en el que viaja (SECTUR s/f). Los destinos culturales y sus productos, les permiten a sus clientes aprender y adquirir experiencias nuevas, a través de la multiterritorialidad, donde se encuentre la oferta básica: ruinas, restos arqueológicos, monumentos, museos y tradiciones populares. En este caso, la oferta consiste en un producto principal con servicios añadidos (Gómez, et al 2005).

En México, el impulso del turismo cultural es parte de la política pública en el sector. De acuerdo con la CONACULTA (s/f) se cuenta con 811 localidades (Ver tabla 1). De esta oferta potencial, aproximadamente el 60% de los destinos se localizan en la Región Sur-Sureste, donde se ubica el estado de Tabasco.

Tabla 1. Localidades mexicanas componentes del turismo cultural

Bloques	Número de Localidades por bloque			
Grandes Centros Turísticos	8			
Centros Turísticos Intermedios	63			
Centros Turísticos Complementarios	180			
Localidades de Tránsito y Excursión	560			
	Zonas arqueológicas	Haciendas, conventos y misiones	Sitios naturales relacionados	Poblados tradicionales
	192	50	179	175

Fuente: elaboración propia con datos de CONACULTA (s/f).

1.4 Haciendas como productos turísticos

Las haciendas mexicanas, como atractivos turísticos, han sido rescatadas y acondicionadas, para rememorar su esplendor con un nuevo enfoque. .Al ser recuperadas, vuelven a estar vigentes, ahora en su faceta de centros de hospedaje y descanso, cumpliendo cabalmente con las expectativas de los huéspedes y visitantes. La propuesta básica que ofrecen estas edificaciones desde una perspectiva turística, es combinar la historia con el turismo cultural, para el disfrute de las personas que las descubren (Haciendas México, s/f). La presencia arquitectónica de las mismas refrenda su estructura y sus programa contienen mensajes cargados de la ideología de quien las erigió y, de manera aparentemente inexpresiva, se revelan relaciones sociales indudablemente de poder, de sometimiento de otros tiempos (Lorenzo, 2010).

Con estas perspectivas, el turismo permite a las haciendas proveerse de recursos para el mantenimiento de sus conjuntos, ofertando actividades sustentables. Las condicionantes favorables son el aprovechamiento de la experiencia de otros países, para ofrecer puntos de interés turístico (sitios arqueológicos, conventos, haciendas, paisajes, gastronomía, artesanías). También es recomendable ofrecer alojamiento de gran turismo, hospedaje tipo albergue juvenil y puntos de ecoturismo (Lagunas, 2007, p. 203). Los elementos gastronómicos ancestrales o modernos, añaden valor a la oferta turística, bien para degustar de los platillos de un lugar específico o bien para realizar actividades relacionadas con la gastronomía. Para aprovechar esta oportunidad, se precisan de nuevas estrategias de negocio, atractivas en términos de mercado, mediante una propuesta diferenciada para los consumidores y vinculadas a un territorio geográfico que posea particularidades a partir de una identidad cultural del lugar (Flavián y Fandos, 2011).

1.5 Marketing y Cultura

Las organizaciones culturales varían considerablemente respecto al tamaño, estructura, actividad y función, por ello es necesario diferenciarlas en función de criterios específicos. 1) orientado a la misión, donde los extremos pueden centrarse en el producto o en el mercado, 2) modo de producción del "producto" que en ocasiones puede ser único, 3) forma jurídica y 4) tamaño de la organización (Colbert y Cuadrado, 2003).

En el ámbito del turismo cultural, el marketing juega un papel preponderante, aunque requiere de un tratamiento distintivo al de otros sectores. Por ello, se debe tomar en cuenta que, en estos mercados, la planeación, investigación, innovación y desarrollo de nuevos productos; representan un elemento diferenciador para alcanzar, mantener o consolidar la competitividad de las organizaciones, al mismo tiempo que se asegura su participación y se logra la meta de proyectarse con ventajas competitivas diferenciadas (Camacho, 2015). No obstante, las organizaciones culturales deben contar con información fidedigna de una demanda suficiente para sus productos y que, además, estos satisfagan criterios financieros básicos, convergentes con la estructura del marketing de la empresa; siempre alineados a la imagen corporativa y compatible con los procesos de producción para cumplir con los requisitos legales permanentes (Stanton, 2000 p. 228).

Por lo tanto, se esperaría que las organizaciones culturales encuentren consumidores que aprecien el producto (Colbert y Cuadrado, 2003) y que las estrategias de marketing consideren además de las particularidades internas, las tendencias de los entornos externos. Desde esta perspectiva, el marketing cultural es el que tiene como propósito principal la comunicación especializada acerca de los productos de una organización cultural o que produce bienes culturales. Las organizaciones de índole artística crean un producto y luego aspiran encontrar a sus públicos, que en el corto plazo, podrían llegar a ser sus clientes (Diggles, 1986, citado por Aguilar y Cruz, 2010). También se le concibe como "el arte de alcanzar aquellos segmentos de mercado interesados en el producto adaptando a éste las variables comerciales, con el objetivo de poner en contacto el producto con un número suficiente de consumidores y alcanzar así, los objetivos de acuerdo con la misión de la organización cultural" (Colbert y Cuadrado, 2003 p. 26.). A este tipo de marketing, también se le aprecia como un proceso de gestión organizacional que se apoya en la mezcla promocional con el objeto de difundir información acerca de una institución o de una persona dedicada a las producciones culturales, con el propósito de lograr apoyo financiero e institucionales para el desarrollo de los mismos (Bongiovanni, s/f).

Con respecto al mix de marketing, conviene tener presente que el producto, precio, promoción y plaza representan las acciones básicas de las empresas y en consecuencia, cada P posee su propia mezcla. En el marketing cultural, la singularidad de la empresa es un elemento determinante para promoverla, ya que todas las organizaciones tienen su propia personalidad y actúan como una entidad individual (Colbert y Cuadrado, 2003 p. 35).

El producto está basado en los recursos turísticos propios de un lugar o una cultura, sin embargo, es determinante que a esos recursos se le añadan los servicios básicos y complementarios que correspondan al recurso, al contexto y que sea atractivo y diferenciado para el o los segmentos. Con todo ello es posible lograr el producto turístico cultural. Una vez definido éste y los precios, se procede a delimitar las estrategias de comunicación y distribución, que, en el caso del turismo cultural y rural se encuentran estrechamente unidos (García, 2005).

Con respecto a las comunicaciones de marketing resulta estratégico elegir los medios más apropiados para cada uno de los públicos a quienes dirigirán las actividades de la organización (Bongiovanni, s/f). De tal manera que, la publicidad se apoyará en el uso de folletos, participación en ferias, guías y revistas especializadas en turismo, donde además

de generar interés por visitar el lugar (producto turístico), se busca que los potenciales clientes cambien su actitud y comportamiento hacia el cuidado de los recursos naturales o culturales (Traverso, 1996, citado por García, 2005).

En cuanto a la distribución de los productos culturales se busca la optimización de recursos, a la vez que se llevan a cabo monitoreos para lograr metas a corto, mediano y largo plazo. Las características de la circulación de los bienes culturales pueden ser de manera histórica, o con base en los nuevos planteamientos de la mercadotecnia aplicada al sector cultural (Tellez, 2004).

2 MÉTODO

El método utilizado fue cualitativo y el diseño de la investigación siguió un enfoque fenomenológico sistémico que apunta hacia las experiencias individuales subjetivas de los entrevistados. Se buscó conocer las percepciones y el significado, estructura y esencia de una experiencia vivida en algún momento, por un individuo, grupo o comunidad respecto de un fenómeno y la forma en que perciben subjetivamente su realidad, en un ambiente natural y en relación con su contexto (Hernández, Fernández, Baptista, 2010).

Con este enfoque el supuesto de investigación se fundamentó en el hecho de que las haciendas cacaoteras son de reciente incursión en el mercado turístico y los esfuerzos en términos de marketing no son homólogas, y no poseen pericias distintivas para posicionarse como productos integrantes de una ruta turística. Este supuesto no busca explicaciones de fondo, sino que se basa en la observación y recae en un nivel más descriptivo. Esto debido a que no hay nada que probar o rechazar, sino se trata de observar un fenómeno (Hernández, Fernández, Baptista, 2010).

Referente a los criterios de confiabilidad y validez del estudio, por su enfoque cualitativo fenomenológico, se traducen en credibilidad y confirmación que consiste en la capacidad de comunicar el lenguaje, pensamientos, emociones y puntos de vista de los entrevistados (Hernández, Fernández, Baptista, 2010). La validez en las investigaciones cualitativas por tanto, se fundamenta en el modo de recoger los datos, de captar cada evento desde sus diferentes puntos de vista, de vivir la realidad estudiada y de analizarla e interpretarla en su contexto. Con lo cual se supera la subjetividad y se añade rigor y seguridad a las conclusiones (Martínez, 2006).

El periodo de estudio que para fines de esta comunicación se reporta, es noviembre 2014-junio 2015 y corresponde a la primera etapa de la investigación, donde la premisa principal fue obtener información sobre la existencia y aplicación de estrategias de marketing y promoción de las Haciendas Cacaoteras localizadas en Comalcalco, Tabasco, México.

La población estudiada fueron los turistas o visitantes a las haciendas cacaoteras, ciudadanos tabasqueños en general que visitaron el V Festival del Chocolate. Para ambos grupos se diseñaron instrumentos (guía de entrevista). Se trabajó con una muestra de casos tipo, donde el fin ha sido la riqueza, profundidad y calidad de la información, no la cantidad ni la estandarización de las mismas (Hernández, Fernández, Baptista, 2010). Los turistas entrevistados fueron un total de 25 (17 mujeres y 8 hombres) en edades entre 24 y 56 años, de procedencia urbana nacional. Los ciudadanos tabasqueños entrevistados

sumaron 45, la mayoría de ellos (83%) son profesionistas y el resto, estudiantes y público en general, en edades entre 18 y 35 años. El número de casos (tamaño de la muestra) fue intencional o dirigido. Asimismo, para esta primera etapa se llevó a cabo observación *in situ* y observación participante en las tres haciendas que se reportan y en el V Festival del Chocolate.

3 RESULTADOS

De acuerdo a las indagatorias realizadas se identificó que normativamente el impulso del marketing para consolidar el Circuito de Agua y Chocolate, donde se incluyen a las haciendas chocolateras, se encuentra apegado a las políticas públicas en materia de turismo contemplados en el Plan Nacional de Desarrollo y en el Plan Estatal de Desarrollo del de Tabasco. Asimismo en la Ley de Desarrollo Turístico del Estado de Tabasco, que reconoce en su Capítulo I, fracción IV, la creación, conservación, mejoramiento, protección y aprovechamiento de los recursos y atractivos turísticos del estado, respetando su entorno natural y los planes de ordenamiento ecológico y territorial. En su fracción V. refiere el compromiso de impulsar la rentabilidad económica y social, así como la inversión en la actividad turística, propiciando la diversificación de la oferta. En la fracción VIII de la citada Ley, se establece el impulso y establecimiento de estrategias de comercialización de los productos turísticos, en tanto que, en su fracción IX, fundamento la creación y mejora de la imagen del destino en su conjunto, así como sus productos. En su Capítulo II, relativo a la comercialización turística, la referida Ley contempla en su Artículo 36, el empuje y desarrollo de estrategias, así como investigaciones de mercado para la comercialización de los productos turísticos que integran la oferta.

Culturalmente, las haciendas cacaoteras, representan un legado de la entidad, la cual además de ser la principal productora de cacao en México, territorialmente forma parte de la antigua Mesoamérica, cuna del cacao y el chocolate. Estas organizaciones abrieron sus espacios al ingreso de visitantes y turistas, en dos municipios de la entidad: Cunduacán y Comalcalco. En este último se ubican las Haciendas “Jesús María”, “La Luz” y “Finca Cholula” (Ver tabla 2).

Tabla 2. Haciendas cacaoteras en Comalcalco, Tabasco, México

Hacienda	Antigüedad	Extensión	Ubicación
Hacienda Jesús María	49 años	50 hectáreas	Comalcalco. Ranchería Sur 5ª. Sección, camino vecinal Comalcalco-Tulipán-Comalcalco
Finca Cholula	67 años	10 hectáreas	Comalcalco. a un costado de la Zona Arqueológica de Comalcalco
Hacienda la luz	57 años	50 hectáreas	Comalcalco. Ranchería Norte 1ª Sección Carretera Federal Comalcalco-Paraíso Km 3.5 Comalcalco

Fuente: Elaboración propia con datos de Camacho y Paz (2015).

a. Marketing

De acuerdo con Greciet, 1994, citado por García, 2005, la participación de los turistas en las haciendas cacaoteras, recaería en: actividades agrícolas, ganadería, talleres, fabricación de productos autóctonos; además de la ubicación estratégica de las haciendas.

De acuerdo con la observación participante y observación *in situ*, los principales resultados en relación con las estrategias de marketing utilizadas por las haciendas cacaoteras; tienen como fundamento principal el hecho de que los administradores de estas organizaciones aún no han definido el perfil de sus segmentos turísticos, determinado metas empresariales

y fijado objetivos de mercado. Asimismo, no se percibió interés por estimular la demanda presente y potencial de sus segmentos hacia los servicios y productos con los que cuentan. En el análisis de contenido hecho a las tres haciendas ubicadas en el Municipio de Comalcalco, los hallazgos tempranos, evidencian componentes clave de marketing y una línea de productos suficientemente atractivos y diferenciados (Ver Tabla 3).

Tabla 3. Elementos del marketing en haciendas cacaoteras de Tabasco.

Organización	**Productos complementarios**							**Servicio principal**				
	Golosina	Artesanías	Tablilla	Cobertura	Macizo	Polvos	Licores	Recorrido Hacienda	Visita Fábrica	Artesanías	Talleres	Maquila
Hacienda Jesús María	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Finca Cholula			X		X	X		X	X			
Hacienda la luz	X		X	X	X	X		X	X		X	

Fuente: Elaboración propia.

En cuanto al producto principal (recorridos por la hacienda), se pudo observar que las tres organizaciones procuran la interacción del turista con los recursos naturales o culturales y el disfrute de la belleza y naturaleza enmarcada en la cultura local. Sin embargo, las haciendas aún no pueden preciarse de ser productos turísticos ya que si bien poseen paisajes naturales, capacidad de carga en niveles aceptables, sus servicios complementarios son escasos, el transporte hacia ellas no existe como ruta y es difícil la accesibilidad, a menos que se acuda en transporte particular o especial; además se precisa de una mejor estructura sostenible local.

Los precios por recorrido en las haciendas estudiadas van desde $80.00 a $120.00 para el caso de turistas y visitantes. La Hacienda Jesús María, tiene fijado un precio alto para el ingreso de investigadores el cual es de $800.00 para un equipo no mayor a ocho personas

(Ver tabla 4). En los dos “segmentos” el precio incluye el paseo por las plantaciones, jardines, casa principal y fábrica de chocolates. En la tienda de artesanías de cada hacienda se ofrece una degustación de chocolates para comer, usualmente de productos con contenido de más de 50% de cacao.

Tabla 4. Precio de recorrido en haciendas tabasqueñas

Hacienda Jesús María		Hacienda La Luz	Finca Cholula
Turistas	Investigadores	Público en general	Público en general
$80.00-$120.00	$800.00 (grupo de 8 máximo)	$80.00	$80.00

Fuente: elaboración propia.

b. Promoción

De los tres conjuntos analizados, la Hacienda Jesús María y La Luz invierten en el desarrollo y alojamiento de su página web, las cuales se encuentran dotadas de suficiente información respecto a su historia, servicios y productos. Adicional al sitio de las haciendas, las tres cuentan con sus propias marcas de productos “Cacep” (Jesús María), “Wolter”, “Buenavena” (La Luz) y “Chontal” (Finca Cholula). Todas manejan redes sociales (Facebook, twitter, instagram, pinterest, canal youTube) (Ver tabla 5). Sin embargo, el uso que le dan, aún no muestra estrategias apropiadas al potencial segmento, que se deduce son los turistas nacionales.

Tabla 5. Promoción y publicidad de las Haciendas del cacao y chocolate en Tabasco.

Hacienda	Promoción					Publicidad			
	Festival Chocolate	Semana Cacao y Chocolate	Programa cacao-chocolate	Salón Chocolate París	Conferencias	Web Propia	OCV	Folletos	Redes Sociales
Jesús María	X	X	X	X		X	X	X	X
Cholula	X	X	X	X			X	X	X
La Luz	X	X	X	X	X	X	X	X	X

Fuente: Elaboración propia, con datos del portal Hacienda cacaotera Jesús María y Hacienda La Luz.

Asimismo, en este componente del marketing, los hallazgos muestran que la participación en ferias y exposiciones especializadas del chocolate, existe un acompañamiento promocional financiado casi en su totalidad, por el Gobierno del Estado (Ver Tabla 6).

Tabla 6. Estrategias promocionales financiadas por el Gobierno de Tabasco.

Semana del cacao y chocolate tabasqueño	**El Festival del Chocolate**	**Salón del Chocolate en París**	**Programa del Cacao al Chocolate e**	**Fantasía de chocolate**
Semana del cacao y Chocolate tabasqueño en el Distrito Federal	Alianza estratégica entre empresarios, prestadores de servicios y gobierno, con el objetivo de difundir la tradición, gastronomía y promover a Tabasco asociado con el cacao, dirigido a los mercados nacional e internacional.	Los productores de cacao en Tabasco, han participado durante 10 años en el Salón del Chocolate de París con el apoyo del Gobierno del Estado	Programa del Cacao al Chocolate que organizó la Secretaría de Desarrollo Económico y Turismo SDET en el Museo de Historia Mexicana de Monterrey, Nuevo León,	Difusión en la web de la Oficina de Convenciones y Visitantes (OCV), de las haciendas cacaoteras. Apoyado con publicidad en redes sociales.

Fuente: elaboración propia con datos de la SDET (2014) y OCV Tabasco.

El Festival del Chocolate, impulsado por empresarios, autoridades y gobierno, tiene como objetivo principal promover la visita a las haciendas y posicionar al chocolate tabasqueño como un producto de clase mundial. En este marco, se entrevistaron a 45 ciudadanos para conocer su percepción acerca de la promoción de las haciendas y conocer sus puntos de vista y sugerencias al respecto.

Si bien el Festival se promovió a nivel local en medios masivos, el 85% de los entrevistados dijeron haberse enterado del desarrollo de este evento, pero sólo 67% de ellos asistieron. Estos afirmaron que en general, el Festival les agradó, pero manifestaron que las Haciendas no se diferencian entre sí, ya que todas venden los mismos tipos de productos y sus stands están prácticamente decorados de forma similar, con lo cual se evidencia que ninguna de ellas tiene una imagen corporativa definida. Sugirieron que tanto el Festival como las Haciendas, deben desarrollar e implantar más estrategias de marketing.

No obstante, las personas entrevistadas también dieron a conocer las ventajas que las organizaciones estudiadas poseen en la materia. Las áreas de oportunidad las ubican en cuatro rubros a saber: Promoción, Posicionamiento, Publicidad, Diversificación de Productos; aunque también destacaron la necesidad urgente de alianzas y planeación estratégica y definición de la imagen corporativa que desean proyectar ante sus segmentos y público en general. Asimismo, se pudo identificar el grado de conocimiento que los entrevistados poseen de las Haciendas Cacaoteras, su ubicación, posicionamiento, marcas y líneas de productos. En cuanto al posicionamiento, Hacienda la Luz, fue descrita como la primera opción que los entrevistados recordaron (55% de los casos) y en otros, fue la única respuesta, seguido de la Hacienda Jesús María. La Finca Cholula no es tan conocida (Ver tabla 7).

Tabla 7. Conocimiento sobre Haciendas del cacao y el chocolate en Tabasco.

Principales respuestas											
Saben que Tabasco es el principal producto de cacao en México		Conocen existencia de haciendas cacaoteras		Conocen ubicación geográfica de haciendas		Posicionamiento de nombres comerciales		Conocimiento de marcas		Conocimiento de línea de productos	
Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
64%	36%	59%	41%	92%	8%	64%	36%	55%	45%	90%	10%

Fuente: elaboración propia.

Las resultas dejan ver que los nombres comerciales de las haciendas y las marcas no están posicionadas, pero sí la diversificación de los productos con la que cuentan. Las líneas se componen de: chocolate macizo, chocolate amargo, chocolate blanco, chocolate granulado, chocolate golosina, avena con cacao, polvillo, trufas, licor de cacao, vino de cacao. De todos estos, el producto que dijeron consumir todos los informantes (100%) es la avena con cacao, una bebida típica de la región, seguida del polvillo (71%) un polvo para bebidas elaborado a base de maíz y cacao. Los menos consumidos son el chocolate granulado (11%), las trufas y el vino de cacao (18% respectivamente) (Camacho y Paz, 2015).

Finalmente, como parte de los trabajos de campo se visitaron las tres haciendas, con el objeto de realizar observación participante y observación en sitio. También fue posible aplicar los primeros 25 cuestionarios dirigidos a turistas que arribaban a estos lugares. Resulta relevante subrayar la percepción de este segmento de turismo cultural, respecto a sus experiencias con las haciendas cacaoteras. En general, se aprecia que 8.6 de cada 10 visitantes valoran su visita a la hacienda como una experiencia diferenciada. En este mismo orden de ideas, 8.1 de cada 10, estiman haber tenido un recorrido agradable donde aprendieron mucho de la cultura del cacao y el chocolate. Sin embargo, lo más valioso para estos visitantes fue la calidad de los productos que se comercializan en la tienda de las haciendas, 9.1 de cada 10 afirman que estos son de calidad (Ver Figuras 1, 2 y 3).

Figura 1. La visita a la hacienda es una experiencia inigualable.

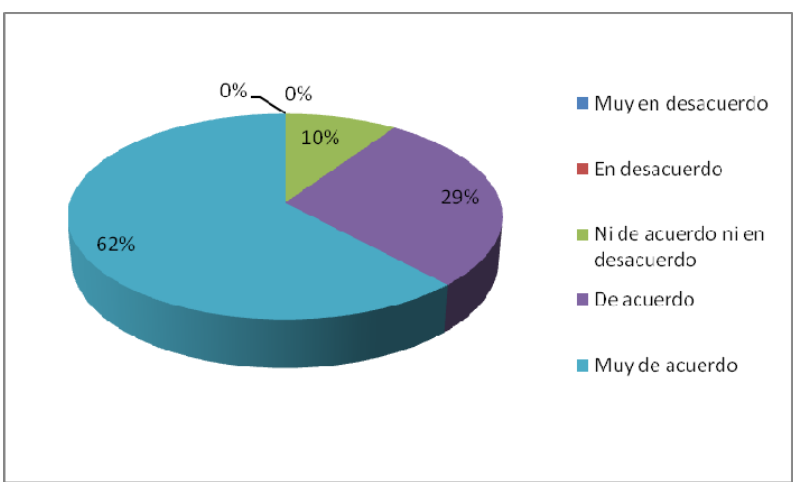
Fuente: elaboración propia.

Figura 2. El recorrido de la hacienda es atractivo y de gran aprendizaje.

0% 5%
29%
14%
52%
Muy en desacuerdo
En desacuerdo
Ni de acuerdo ni en desacuerdo
De acuerdo
Muy de acuerdo

Fuente: elaboración propia.

Figura 3. Los productos que se fabrican y comercializan en la hacienda son de calidad.



Fuente: elaboración propia

4 CONCLUSIÓN

Si bien Tabasco se ubica entre las últimas cinco entidades como destino para turistas y visitantes, en materia cultural se encuentra en la región con más atractivos para el turismo cultural. En este contexto, las haciendas cacaoteras ubicadas en Comalcalco, Tabasco, México; tienen por sí mismas la ventaja diferenciadora de una ubicación privilegiada no solo histórica, sino geográfica y económica. En tales organizaciones convergen procesos de siembra, cosecha, transformación, comercialización directa e indirecta de líneas de productos que se derivan del cacao, donde el chocolate es el producto estrella. Con estas perspectivas, se observa que la principal fortaleza de estas organizaciones se encuentra en el paisaje y la riqueza cultural de cultivar el cacao en su hábitat natural y la elaboración y cata de diversas especialidades del chocolate, donde los visitantes son co creadores del propio servicio, al participar en la preparación del mismo.

En este contexto, se observó que el marketing que utilizan las haciendas son acciones aisladas, solo una de ellas está utilizando más esta herramienta empresarial (Hacienda Jesús María). Las marcas de los productos no están asociadas con beneficios, y no son fácilmente recordables, tampoco se han posicionado en el ámbito local, y aún suelen confundirse con los nombres de las haciendas, además de carecer de distinción en el sector. Los esfuerzos y el financiamiento del gobierno del estado en la promoción del cacao y el chocolate tabasqueño no tienen un objetivo claro de marketing. El Festival del chocolate aún no logra beneficiar la imagen y el posicionamiento de las haciendas cacaoteras, por lo que requiere de estrategias diferenciadas y enfocadas a promocionar las haciendas.

Las principales áreas de oportunidad que estos conjuntos tienen en materia de marketing y promoción recaen en la definición de segmentos en el mercado turístico, convertir en verdaderos productos turísticos a sus haciendas, añadiendo servicios complementarios, gestionando una mejor accesibilidad y fomentar un desarrollo local más sostenible. Otra actividad que se observa en proceso de desarrollo, es el posicionamiento de Tabasco como cuna del chocolate y por lo tanto incrementar la demanda de visitas a las haciendas.

BIBLIOGRAFÍA

Aguilar Pérez P. y Cruz Covarrubias M.L. (2010). Marketing de la industria cultural. Recuperado el 17 de julio de 2015 de www.reposital.cuaed.unam.mx:8080/.../artículo%20Marketing%20de%20la%2

Bonfil Batalla, G. (1997). “Nuestro patrimonio cultural: un laberinto de significados” en Enrique Florescano (coord.) El patrimonio nacional de México, México, CONACULTA-FCE.

Bongiovanni, M. (s/f). Marketing cultural. Recuperado el 17 de julio de 2015 de www.palermo.edu/.../Maximiliano%20Bongiovanni%20-Marketing%20

Camacho Gómez, M., Paz Gómez, C. (2015). Desafíos del marketing en las haciendas cacaoteras de México. Congreso Internacional. XIX Congreso Internacional de Investigación en Ciencias Administrativas. Abril de 2015.

Camacho Gómez, M. (2015). Marketing del Chocolate en México. 1er. Congreso Internacional de Investigación en Escuelas y Facultades de Negocios: Vinculación Estratégica en las Organizaciones. FACPYA UANL, Monterrey, N.L. Junio 2015, Memorias en Extenso.

Colbert, F. y Cuadrado, M. (2003). Marketing de las Artes y la Cultura. 4a.Reimpresión. España: Ed Ariel. 285 pp.

CONACULTA (s/f). Tabasco Rutas Culturales. Guías del patrimonio cultural y turismo. Recuperado de http://www.conaculta.gob.mx/turismocultural/guias/guia8_1.php

Flavián, C. y Fandos, C. (2011). Turismo gastronómico Estrategias de marketing y experiencias de éxito. España. Prensas Universitarias de Zaragoza.

Forero Lloredo, E., López Castaño, C.E. & Maldonado, C.A (editores) (2014). Complejidad de la Arqueología y el turismo cultural: territorios, sostenibilidad y patrimonio. Bogotá: Editorial Universidad del Rosario.

García Henche, B. (2005). Características diferenciales del producto turismo rural. Cuadernos de Turismo 15(n/d) ,113-133.

Gómez Borja, M.A., Mondéjar Jiménez, J.A. & Sevilla Sevilla, C. (2005). Gestión del turismo cultural y de ciudad. España: Universidad de Castilla-La Mancha ed.

Haciendas de México (s/f). Las haciendas de México. Recuperado el 28 de agosto de 2015 de http://www.haciendasmexico.mx/las-haciendas-de-mexico/

Hacienda la Luz Portal. Disponible en http://haciendalaluz.mx/

Hacienda Cacaotera Jesús María disponible en http://www.haciendacacaoterajesusmaria.com/

Hernández, R. Fernández, C. Baptista, P. (2010). Metodología de la investigación. (5ª. ed.). México: McGraw Hill.

Lagunas, D. Coordinador (2007). Antropología y turismo claves culturales y disciplinares. México: Plaza y Valdez. 245 pp.

Ley de Desarrollo Turístico del Estado de Tabasco. Disponible en http://www.tsj-tabasco.gob.mx/resources/pdf/biblioteca/ley_de_desarrollo_turistico_.pdf

Lorenzo Monterrubio, A. (2007). Las haciendas pulqueras de México. México: Universidad Nacional Autónoma de México.

López Nuñez, M. (2003). El papel de la hacienda como forma de vivienda colectiva y sus transformaciones en la región de Morelia, Mich., México. Recuperado el 28 de agosto de 2015 de http://www.ub.edu/geocrit/sn/sn-146(054).htm

Martínez, M. (2006). Ciencia y arte en la metodología cualitativa. 2ª. Edición. México: Editorial Trillas.

OCV Tabasco, disponible en http://www.visitetabasco.com/ocv_pre_post_tours.php

Organización Mundial del Turismo [OMT]. (2014). AM Reports - Miembros Afiliados, volumen siete - Informe Global sobre la industria de reuniones, OMT: Madrid.

Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018. Disponible en http://pnd.gob.mx/

Plan Estatal de Desarrollo 2013-2018. Disponible en http://pled.tabasco.gob.mx/

Santana Talavera, A. (2003). Turismo cultural, culturas turísticas. Horizontes Antropológicos *9*(20), 31-57.

SDET (2014). Del Cacao al Chocolate. Recuperado de http://www.tabasco.gob.mx/tags/del-cacao-al-chocolate

SECTUR (s/f). Programa de turismo sustentable en México. Agenda 21 para el turismo mexicano. Disponible en http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/Programa_de_Turismo_Sustentable_en_Mexico_Agenda_21_para_el_Turismo_Mexicano_Santana Talavera, A. (2003). Turismo cultural, culturas turísticas. Horizontes Antropológicos *9*(20), 31-57.

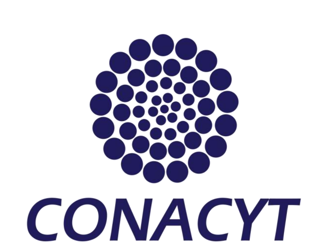
Stanton, W., Etzel, M. y Walker, B. (2000). Fundamentos de Marketing. Undécima edición. México. McGraw-Hill.

Téllez, O. (2004). El producto cultural. http://www.icesi.edu.co/cdee/cic/images/docs/El_producto_cultural.pdf





GESTIÓN DE CAMPAMENTOS TURÍSTICOS PARA NIÑOS Y JÓVENES: FORMACIÓN SUSTENTABLE A LARGO PLAZO



Vázquez, Rosales K. N., Frausto, Martínez O. y Nava, Jiménez L.
Universidad de Quintana Roo, Unidad Académica Cozumel y Laboratorio de Observación e Investigación Espacial
vrknaomi@gmail.com

INTRODUCCIÓN

El campismo es una actividad recreativa que se lleva a cabo al aire libre, de forma temporal y que implica el uso de casas de campaña o similares (Broker & Jopper, 2013; Nava & Frausto, 2015). De acuerdo con Henderson, Bialeschki y Calderón (2010) en los campamentos para niños y jóvenes se desarrollan actividades educativas de carácter no formal (no escolarizadas o extraescolares). Los campamentos dirigidos al sector infantil y juvenil se encuentran en constante crecimiento puesto que contribuyen con el desarrollo físico, emocional y social de los participantes.

OBJETIVOS

Conocer la oferta principal de campamentos turísticos para niños y jóvenes en México en donde se involucre la formación sustentable a largo plazo.

- Identificar la oferta existente de campamentos turísticos dirigidos al sector infantil y juvenil en México
- Analizar el nivel de profesionalización que presentan los gestores de los campamentos dirigidos al sector de mercado previamente mencionado
- Reconocer y diferenciar el tipo de talleres y actividades que se llevan a cabo en los campamentos para niños y jóvenes.

METODOLOGÍA

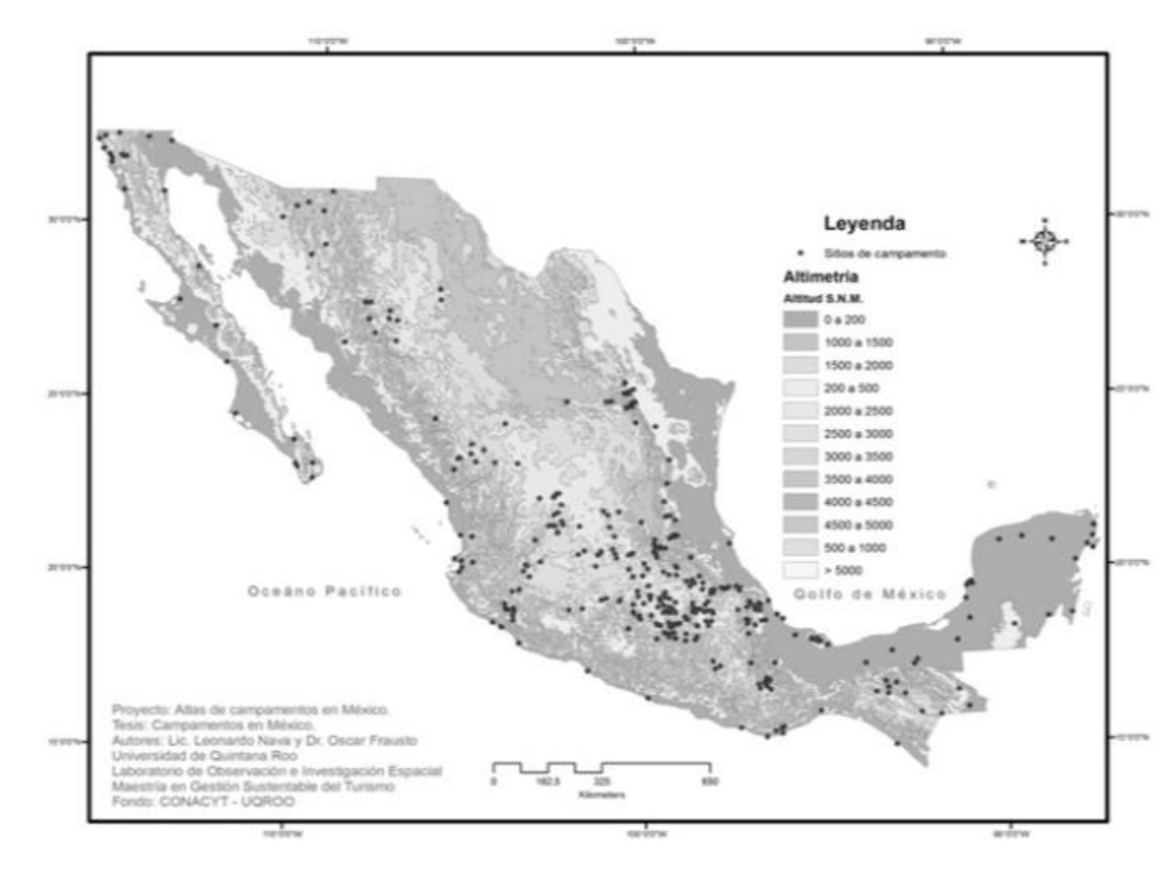


Figura 1. Distribución de campamentos. Análisis territorial

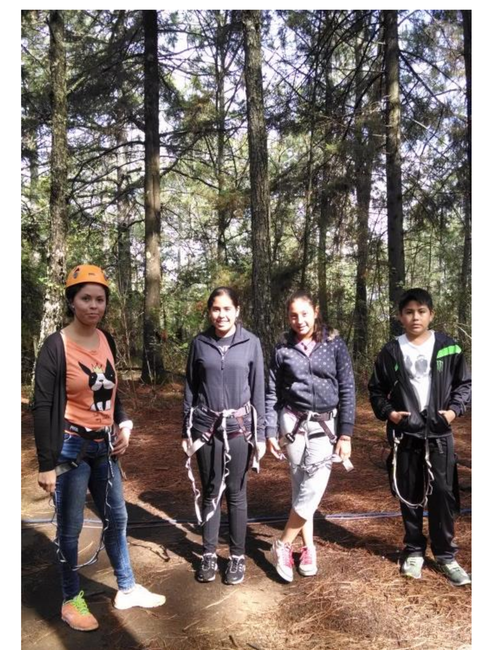


Figura 2. Observación participante activa

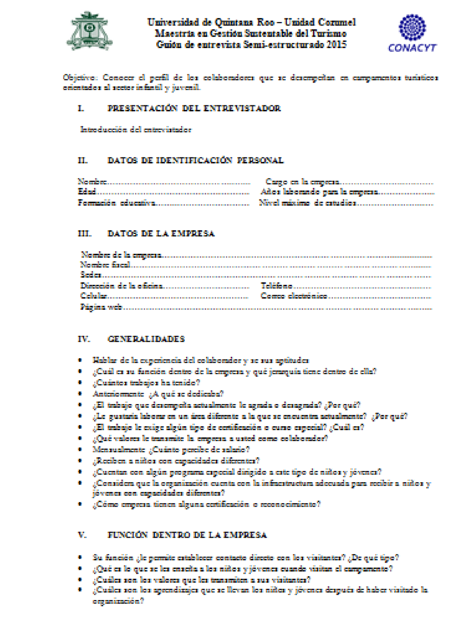


Figura 3. Entrevistas semiestructuradas

RESULTADOS

Programas

 Desarrollo psicológico

 Educación ambiental

 Desarrollo intelectual

 Desarrollo físico

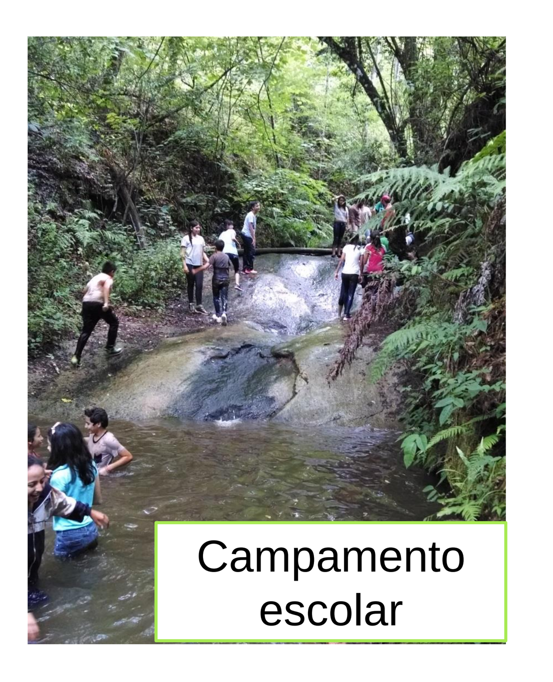


Figura 4. Rancho ecológico La Planta



Figura 5. Kin Camp

Actividades en los campamentos	
Verano	**Escolares**
Tirolesa	Bioconstrucción
Gotcha	Huertos orgánicos
Liderazgo	Observación de flora y fauna
Kayaks	Conocimiento de ecotecnias
Fútbol	Elaboración de compostas
Fogata	Fogata
Rappel	Escalada en roca
Senderismo	Senderismo
Gastronomía	Plantas curativas

Figura 6. Tabla de actividades principales

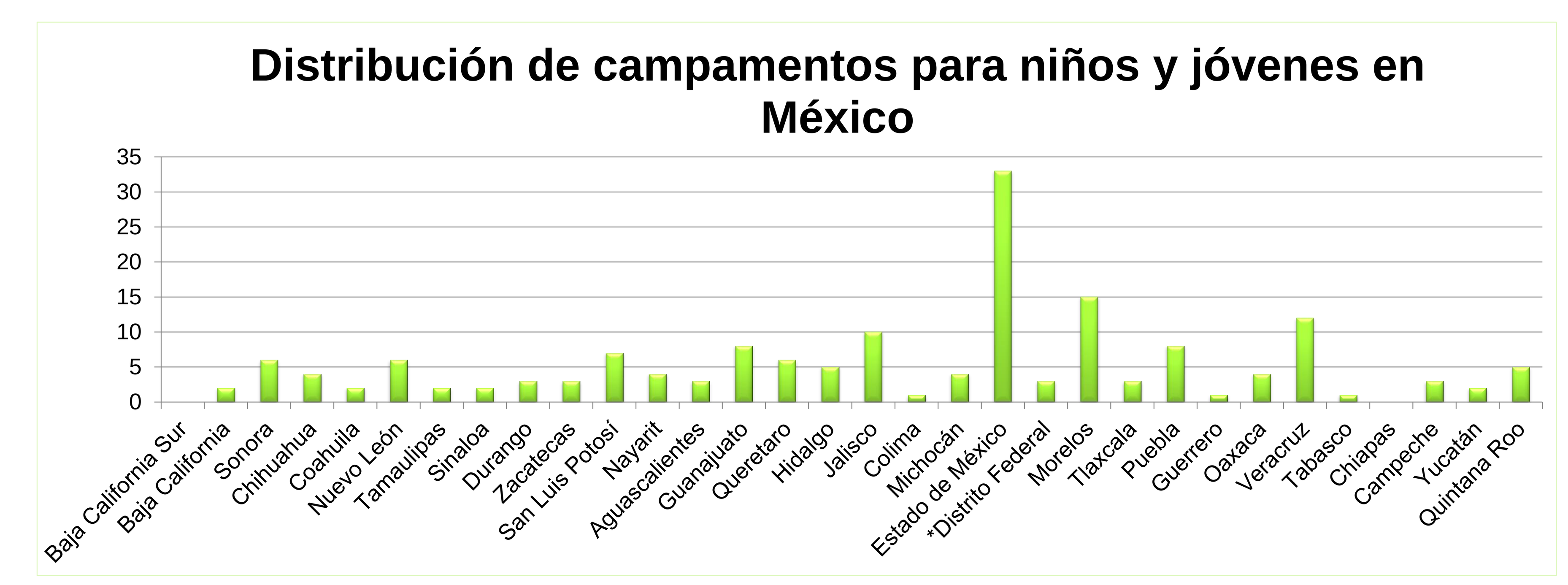


Figura 7. Número de campamentos por entidad federativa

CONCLUSIONES

- Se identificaron 168 campamentos turísticos para niños y jóvenes a nivel nacional principalmente agrupados en el centro del país.
- La formación sustentable a largo plazo forma parte de la labor principal de los campamentos escolares, pues en ellos se complementa el conocimiento previamente impartido en las aulas, por su parte, los campamentos de verano representan un área de oportunidad para involucrar actividades vinculadas con la sustentabilidad.
- La gestión de campamentos turísticos para niños y jóvenes puede funcionar como alternativa de desarrollo local, ya que fomentan una mejor condición de vida para la comunidad.

AGRADECIMIENTOS

Se agradece al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT), a la Universidad de Quintana Roo y al Laboratorio de Observación e Investigación Espacial por el apoyo recibido.

REFERENCIAS

Brooker, E., & Jopper, M. (2013). Trends in camping and outdoor hospitality An international review. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, *3*, 1-6.

Calderón, J. M. (2010). Guía básica para organizar un campamento recreativo y formativo. *Revista Educación*, *34*(2), 183-196.

Henderson, K. A., & Bialeschki, M. D. (2008). Spiritual development and camp experiences. *New directions for youth development*, *2008*(118), 107-110.

Nava. L. & Frausto, O. (2015). Análisis Territorial de los Campamentos de México, Teoría y Praxis. Núm. Esp., 100-115.

4

Turismo residencial. La transnacionalización en la actividad turística

Turismo residencial

Ana Pricila Sosa Ferreira. Universidad del Caribe.

Maribel Osorio García. Universidad Autónoma del Estado de México.

El turismo residencial es una de las temáticas del turismo que ha cobrado relevancia en las últimas décadas, tanto como fenómeno presente y en crecimiento, como también por ser objeto de estudio que atrae el interés de los análisis académicos y de los estudios para la gestión turística.

Si bien existen antecedentes y experiencias de turismo residencial o turismo de segundas residencias en la etapa del turismo masivo nacido en la segunda posguerra (y en etapas predecesoras de éste); las características y condiciones de las relaciones económicas y socioculturales del fin del siglo XX y del nuevo milenio, han remodelado estas expresiones, al igual que han incidido en el turismo en general. La globalización y los procesos asociados en lo económico y cultural han influido no solamente en la forma de los viajes, sino también en los comportamientos y aspiraciones de las personas con relación al tiempo libre, al espacio y a la movilidad. Al mismo tiempo, los cambios demográficos, como el envejecimiento de la población, el incremento en la esperanza de vida, las formas de organización de la familia; así como la aplicación de las tecnologías en la información y comunicación, y la evolución del transporte definen las actitudes hacia los viajes (OMT, 2000). El resultado de la influencia de este conjunto de elementos es el surgimiento de diversos comportamientos que los académicos han ido señalando, agrupando, diferenciando y nombrando con términos que se adicionan al de Turismo Residencial: *Nuevo Turismo Residencial* (NTR), que alude a los impactos urbanos y el factor inmobiliario, que resulta clave (Aledo, 2008; Mazón y Aledo, 2005); *Turismo inmobiliario* que directamente está señalando como su objetivo esencial ese tipo de negocio (González y Mantecón, 2014). Turismo o *movilidad de bienestar (Life Style Migration)* que diluye la frontera entre turismo y migración y refiere a los imaginarios del turista residencial (Benson y O'Reilly, 2009, Hiernaux-Nicolás, 2010 y Mazón, Huete y Mantecón, 2011); turismo o migración estacional, enfatizando la motivación de clima en este turismo; migración de tercera edad o de retirados, aludiendo a la presencia principal, aunque no la única de este segmento (Nimrod, 2008 o Negrete, 2011), etc.

Si bien el término de turismo residencial ya implica dificultades conceptuales por ser opuestos (turista y residente), los nuevos elementos presentes incrementan la complejidad del fenómeno. Su importancia es creciente por el número de personas -turistas residenciales- que se siguen sumando a esta práctica; por los impactos que genera tanto en el medio ambiente, como en la organización y uso del territorio (creación, reformulación, rearticulación y desarticulación de espacios en las economías de los destinos y en las comunidades receptoras (Méndez, 2008) por las cada vez más numerosas posibilidades en las que se expresa y por su presencia en prácticamente todo el mundo.

Si hablamos de los diferentes países receptores, las condiciones e impactos presentan especificidades (Mazón, Huete y Mantecón, 2011; González y mantecón, 2014); adicionalmente, dentro de los países encontramos importantes diferencias entre los destinos, por ejemplo en España o en México (Hiernaux-Nicolas, 2010 a; Clausen y Velázquez, 2011).

Resulta necesaria, entonces, la discusión de este fenómeno desde las diversas perspectivas que lo observan, con el fin de avanzar en su comprensión y de ahondar en cómo debe ser abordado desde los ámbitos académico para su análisis, del sector público para la planeación y su gestión eficiente, así como la minimización de sus impactos negativos; el sector privado para la comprensión de su dinámica e impactos y social para la coordinación con los otros sectores en una gestión sustentable.

El turismo residencial es entonces un fenómeno creciente, dinámico, relacionado con (influyendo a) otras actividades, con algunas tendencias y características, pero con especificidades en los destinos; cuya importancia exige seguimiento y análisis, tanto a sus características y condiciones, como a los impactos que genera.

Referencias

Clausen, H. B & Velázquez, M. A. (2011). "En búsqueda del México auténtico. Las comunidades norteaméricas en ciudades turísticas de México." En Mázon, T., Huete, R. & Mantecón, A. (Eds.) *Construir una nueva vida. Los espacios del turismo y la migración residencial.* Santander: Milrazones. Pp 61-80.

González, R. & Mantecón, A. (2014) "Turismo y negocio inmobiliario. La crisis de un modelo de desarrollo. Tres estudios de caso: Canadá, Argentina y España." *Estudios y Perspectivas del Turismo.* 23: 685-703.

Hiernaux-Nicolás, D. (2010). "Las segundas residencias, un abordaje geográfico." En Hiernaux-Nicolás, D. (2010). *Las segundas residencias en México: un balance.* UAEM-Universidad del Caribe- Plaza y Valdés: México.

Hiernaux-Nicolás, D. (2010a) (Coordinador). *Las segundas residencias en México: un balance.* México. UAEM- Universidad del Caribe- Plaza y Valdés

Mazón, T., Heute R. & Matecón, A. (2011). *Construir una nueva vida. Los espacios del turismo y la migración residencial.* Mil razones: Santander.

Mazón, T. & Aledo, A. (2005) *El dilema del turismo residencial: ¿turismo o desarrollo inmobiliario?*

Méndez, Eloy. "Imaginario del lugar." *Topofilia*, Vol 1 No 1. Septiembre de 2008

Negrete, V. (2011) *El turismo residencial y la especulación inmobiliaria en Puerto Peñasco.* Tesis de Maestría en Arquitectura, UNAM.

Nimrod, G. (2008) "Retirement and tourism themes in retirees' narratives." *Annals of tourism research.* 35 (4): 859-878

OMT (2000). *Panorama 2020.* España.

TURISMO RESIDENCIAL. LA TRANSNACIONALIZACIÓN EN LA ACTIVIDAD TURÍSTICA.

Espacios litorales, espacios disputables: segunda residencia y migración en Pehuén Co, Argentina.

José Ignacio Larreche,
Dra. Patricia Susana Ercolani

Universidad Nacional del Sur (UNS). Argentina

RESUMEN

El turismo más que un simple desplazamiento físico entre dos lugares, es ante todo una práctica social que constituye “la valorización de la diferenciación de lugares: lugares de origen, lugares de destino y de traslado” (Bertoncello, 2002). Los espacios litorales se adentran en este esquema, siguiendo, por un lado, una valorización que emerge como resultado de una dinámica social ajena y, por otro, las anisas de diferenciación que pueden representar un riesgo de segregación.

El turismo residencial, como fenómeno contemporáneo, responde a las nuevas modalidades del turismo y, a su vez, actúa como un elemento crítico en los espacios litorales dado que aglutina movilidades dispares, expectativas disímiles
.
El turista no integrado es el que predomina en el turismo de segundas residencias, de acuerdo a los postulados generales (Aledo et al. 2007, Gómez Contreras 2010, Del Pino Artacho 2014). Sin embargo, el estudio de caso de Pehuén Co, pequeña localidad costera localizada en el Sudoeste de la provincia de Buenos Aires, refleja que su integración es posible pero gradual: primero con el espacio y luego con el entorno social. En tales situaciones, las poblaciones locales son un *mosaico de trayectorias* ya que se vislumbran migrantes y segundos residentes. Por ende, en dichos espacios pueden habitar lógicas "comunes pero separadas" (Halseth, 1993). En este contexto, el propósito de este trabajo es dar cuenta de posibles impactos socio-ambientales procedentes de un modus operandi distinto de esos trayectos que permitan esclarecer si son, en la actualidad, espacios en disputa.

La investigación se estructura bajo la idea de triple dialéctica que postuló el geógrafo Soja (1996): espacio, tiempo y ser social. Conforme a la evolución de los turismos residenciados, el turismo de segunda residencia y la migración residencial son dos fenómenos de movilidad que repercuten en la estructura del espacio. Si bien el límite entre los mismos, está relativamente claro valiéndose de la sedimentación de la permanencia, en términos de identidades impera una frontera de posibilidades y, como consecuencia, es óptimo referirnos a “identidades móviles” (Hiernaux, 2005).

Este trabajo acudió a fuentes primarias como estadísticas del censo de población, datos de arribo de visitantes y normativas vigentes. Asimismo, los artículos periodísticos y

documentales acerca del área de estudio brindaron detalles interesantes acerca del contexto histórico y actual del balneario y complementaron el estudio. Se consideró al segundo residente y al migrante de Pehuen Có como principales sujetos de observación de la investigación.

En lo que respecta al trabajo de campo, la recolección de datos se desarrolló durante la temporada estival del 2014 en el caso del segundo residente y en momentos aleatorios en el caso del migrante, ya que su situación es de residente permanente. La elección en el primer caso, coincide con momentos de gran dinamismo turístico. El tamaño de la muestra en cuanto al segundo residente fue inferido dado que no se dispone de ningún estudio previo en la materia. Para su obtención, se realizó un pedido a la Cooperativa Eléctrica[1] municipal que realiza una distinción en torno a las dos clases de usuarios: T1R y T1RE. Es necesario mencionar que la medición T1R se despliega sobre el consumo del residente, es decir, el sujeto permanente; mientras que el T1RE mide la demanda del habitante estacional.

Las encuestas fueron las técnicas empleadas para la extracción de datos del segundo residente. Se estructuraron en un cuestionario con preguntas cerradas, abiertas y semiabiertas, dándole un valor de primer orden a aquellas respuestas en donde el encuestado se veía estimulado a la explicación subjetiva y profunda de cada consigna. En el caso de los migrantes, se efectuaron entrevistas en profundidad tanto a residentes como a miembros de la Sociedad de Fomento quienes se constituyeron en informantes clave.

El alcance del estudio es descriptivo y explicativo con el fin de detallar situaciones relevantes del fenómeno a analizar especificando las características de las personas, sus comportamientos, la vivienda, entre otros.

Con el estudio se intentará demostrar que el litoral ha venido a representar dicotomías novedosas entre los actores que le dan contenido a dicho paisaje porque ya no se trata de destinos turísticos, de simples ámbitos de consumo social; sino de producción subjetiva donde lo percibido, lo concebido y lo vivido adquieren una cierta coherencia estructurante y es en dicha experiencia donde el espacio geográfico permite el avance y la maduración del territorio como concepto complejo. En tal sentido, los conflictos suelen ser encarnados entre residente-turista; pero aparecen otros nexos como residente-segundo residente o segundo residente-turista, complicando la realidad, dotándola de tensiones y bifurcaciones. Se asume que estos espacios (litorales) revisten una directa proporcionalidad histórica entre lo que representan y lo que asumen. Su atractividad no caduca, pero las resignificaciones en los mismos se aceleran; constituyéndolos en espacios vulnerables en tanto públicos, y determinantes de un juego de opuestos que se vislumbra como sui generis de lo que se presume comúnmente como destinos de sol y playa.

Palabras clave: espacios litorales, segunda residencia, migración, Pehuen Co, Argentina.

ABSTRACT

Tourism, more than just physical movement between two places, is primarily a social practice that is "valuing differentiation places: places of origin, duty and transfer" (Bertoncello, 2002). The coastal areas delve into this scheme, following the one hand, a

[1] Los habitantes de la villa sólo cuentan con el servicio domiciliario de luz eléctrica.

valuation that emerges as a result of an alien social dynamics and, secondly, differentiation may represent a risk of segregation.

Residential tourism, as a contemporary phenomenon, responds to the new forms of tourism and, in turn, acts as a critical element in the coastal áreas, since mobility encompasses disparate, dissimilar expectations.

The non-integrated tourist is dominant in tourism of second residence, according to the general principles (Aledo et al. 2007, Gomez Contreras 2010, Del Pino Artacho 2014). However, the case study of Pehuen Co, a small coastal town located in the southwest of the province of Buenos Aires, shows that integration is possible but gradual: first with the space and then with the social environment. In such situations, local people are a mosaic of migrant paths as current and past second residents. Therefore, in these spaces they can dwell logical "common but separate" (Halseth, 1993). In this context, the purpose of this paper is to account for potential social and environmental impacts that sheds light on whether they are, at present, spaces in dispute.

The research is structured as a triple dialectic that ran the geographer Soja (1996): space, time and being social. According to the evolution of residentials tourisms , second-home tourism and migration residential mobility are two phenomena that affect spatiality. While the boundary therebetween is relatively clear using sedimentation of permanence, in terms of identity prevails a border of possibilities and, therefore, is optimal refer to "mobile identities" (Hiernaux, 2005).

The methodology was qualitative, based on surveys and in-depth interviews with key informants, after an important observation and analysis in the field.

In this way, the coast, has come to represent innovative dichotomies between actors that give content to this landscape, because it is no longer about tourist destinations, simple areas of social consumption; but of subjective production where the perceived, conceived and lived it acquired a certain consistency, and is structuring this experience where geographic space allows progress and maturation of the territory as a concept. In this sense, conflicts are usually embodied between tourist-resident; but other links second-resident or resident second-resident tourist. It is assumed that these areas are of direct historical proportionality between what they represent and what they assume, their attractiveness does not expire, but new meanings in them are accelerated; making them into vulnerable areas in both public, and determining a set of opposites is seen as sui generis of what is commonly presumed to sun and beach destinations.

Key words: Coastal areas, second residence, migration, Pehuen Co, Argentina.

Todos los caminos conducen al espacio litoral

Cuando hablamos de litoral, no hacemos alusión sólo al medio marino sino que nos referimos a un verdadero espacio con la complejidad que ello amerita. Esta circunstancia nos obliga a involucrar otros componentes además del litoral, como la costa, la zona de interfase marítima-terrestre y la playa. Es justamente el uso y consumo de esta

combinación de factores físico-geográficos lo que dota de una valoración social a estos lugares privilegiados para las prácticas recreativas (Benseny, 2006:104). Contemplando la evolución del turismo en esta tipología de espacios, resulta interesante repasar las fases propuestas por Mesplier (2000) para entender por qué la modalidad de sol y playa sigue sumando adeptos:

a) Fase pionera. A mediados del siglo XVIII hasta después de la Primera Guerra Mundial, el turismo en espacio litoral se localizó en Europa Occidental con la creación de las primeras instalaciones turísticas (Brighton, Hyères, Niza) frecuentadas por los aristócratas británicos. El movimiento se incrementó en la segunda mitad del siglo XIX, incorporándose a la oferta turística las costas del Canal de la Mancha, País Vasco, Costa Azul y las "rivieras" italianas. Creció durante la Belle Èpoque con la burguesía de las grandes ciudades que veraneaban en el mar y surgieron las primeras instalaciones turísticas como iniciativa de inversores privados. El fenómeno turístico se extendió por Europa hasta Yalta (Mar Negro) y en el continente americano, en Estados Unidos, México y Argentina. Los primeros complejos turísticos respondieron a un modelo de ocupación del suelo similar, reflejado en un pequeño desarrollo urbano situado entre la estación de tren y el mar, con un paseo marítimo y lugares de distracción (casinos o hipódromos), en las proximidades se construyeron las villas residenciales rodeadas de vegetación, es el inicio de la urbanización de las costas escarpadas que ofrecen vistas panorámicas del litoral.

b) Inicio del turismo de masas. En los años treinta del Siglo XX se incrementaron las vacaciones de verano en espacios litorales y en forma paralela, crecieron las poblaciones turísticas localizadas en las costas de Europa y Norteamérica, se extendieron en Latinoamérica, Oceanía, Asia Meridional y África Austral. Después de la Segunda Guerra Mundial el fenómeno turístico, de la mano de los avances tecnológicos y las conquistas sociales, marcaron el inicio del turismo de masas. En las costas mediterráneas europeas crecieron las localidades, y el borde costero construido se extendió a ambos lados del antiguo núcleo y avanzó conquistando espacios intersticiales.

Las autoridades de los primeros centros turísticos receptores encontraron en el turismo litoral la manera de hacer progresar las regiones que habían quedado al margen de la industrialización.

c) Explosión contemporánea. A partir de los años cincuenta, el espacio litoral con finalidad turística recibió una afluencia masiva de veraneantes. Si bien los centros turísticos tradicionales conservaron su importancia, existió una tendencia mundial de crear nuevos destinos para el turismo de sol y playa. Las localidades turísticas pioneras sufrieron una transformación urbana que se reflejó en el aumento del valor del suelo lo que propició la construcción en altura otorgando al paisaje litoral una morfología diferente; las residencias de los paseos marítimos se sustituyeron por una hilera continua de inmuebles horizontales; se acondicionaron puertos deportivos separados de los antiguos puertos y en la periferia, se construyeron urbanizaciones con grandes bloques de departamentos.

Aparecieron nuevos núcleos turísticos separados de las instalaciones y equipamientos existentes, ocupando los espacios vacíos disponibles: urbanizaciones con casas modestas o conjuntos de pocos inmuebles y complejos autónomos de gran extensión construidos por grupos financieros de capitales nacionales e internacionales. En Europa surgieron las

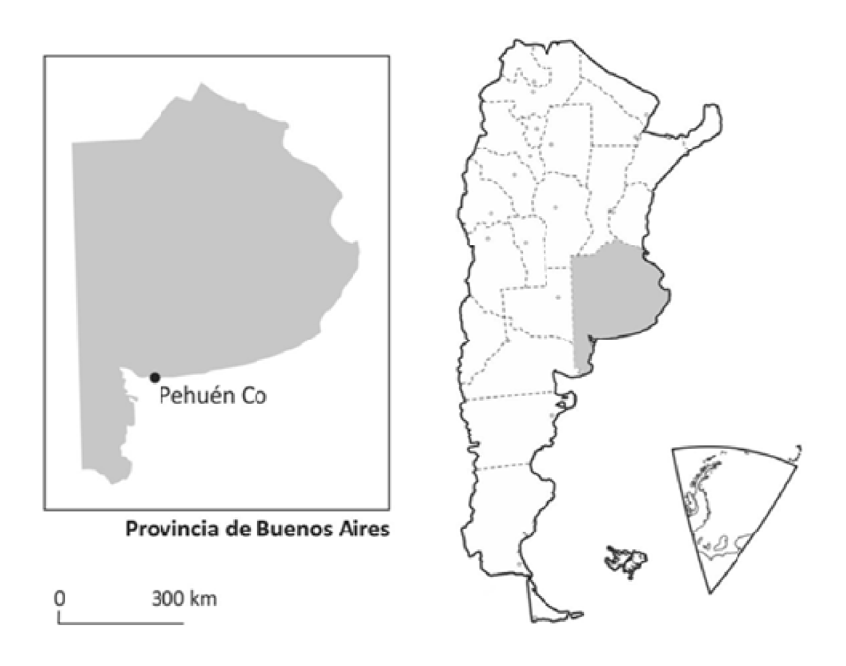
marinas como conjuntos residenciales construidos alrededor de un puerto de recreo y los altos edificios modifican el paisaje marítimo en los principales destinos de la Costa del Sol (España), Costa Azul (Francia), Costa Esmeralda (Cerdeña). Fuera de Europa se difundió la urbanización en el espacio litoral, en Miami Beach se construyeron gigantescos hoteles sobre la franja de arena que separa el océano Atlántico de la laguna interior, el mismo modelo se repite en todo el Estado de Florida. En California y en el Caribe florecieron nuevos complejos hoteleros, en Sudamérica las grandes ciudades contaban con poblaciones anexas a las costas, y en África y Asia se construyeron nuevas zonas para responder a la demanda internacional. Prosperó el modelo de urbanización basado en unidades turísticas delimitadas, hoteles aislados, clubes de vacaciones o complejos mixtos que reúnen equipamiento hotelero y deportivo, y se expanden en las costas del Magreb (Agadir, Djerba), Caribe (Cancún), Asia Meridional (Phuket), Africa Occidental (Abiyán), África Oriental (Mombasa) y en el Pacífico Sur (Vanuatu y Fidji).

El turismo de sol y playa, como sostiene Besancenot (1991:3) garantiza la búsqueda de las 4s: sun, sea, sand, sex. El autor considera que son dos los rasgos más importantes a la hora de un desplazamiento hacia estos espacios que lo diferencian de otros como, por ejemplo de montaña, urbano o rural: el clima y la arena. Besancenot postula al clima como recurso turístico. La exposición al sol tiene un efecto euforizante e incita al optimismo. El sol, por consiguiente, es una condición obligatoria para una existencia armoniosa y feliz. Besancenot explica que el calor nos promete bienestar y esto fagocita en estancias más perdurables y fidelizantes, aquí podemos referirnos al migrante pehuenquino. Su vivencia durante el invierno pasa a ser vertebral en la garantía de su permanencia.

Desde el punto de vista paisajístico, la calidad ambiental de una playa es difícilmente superable. La playa conforma una zona de depósito de materiales sueltos como la arena y la grava que puede incluir dunas con o sin vegetación, formadas por la acción del mar o del viento marino y también por otras causas naturales o artificiales. Las playas sumergidas y las zonas dunares son espacios que, por las características de la fauna y flora que soportan, son únicas para la preservación de la diversidad biológica. Siguiendo con las cualidades de una playa, existe un aspecto que no debe ser olvidado y es el valor de las playas como elemento de defensa del territorio, ya que al adentrarnos en los términos de mar territorial, zona económica exclusiva, plataforma continental emerge el dominio público que es susceptible de ejercerse por la Nación y por ende, son susceptibles de soberanía. El papel de una playa como el mejor mecanismo de disipación de la energía del oleaje, es otro aspecto a tener en cuenta. Una playa de material granular es la fluctuación de la interacción dinámica entre el mar y la tierra firme. Justamente este orden natural es lo que suscita su atractivo y refuerza que una playa estable es el mejor respaldo del territorio que se desarrolla tras ella.

La presente ponencia se centra sobre el corredor turístico de la costa bonaerense argentina, que se extiende desde el Cabo San Antonio hasta la desembocadura del Río Negro, con más de 1.300 km de costa atlántica. Este corredor puede dividirse en tres zonas diferentes: La zona Norte abarca los Partidos de La Costa, Pinamar y Villa Gesell, todos ellos municipios urbanos asentados sobre el cordón costero y sin territorio rural; la zona Central, integrada por los Partidos de Mar Chiquita, General Pueyrredón y General Alvarado; mientras que la zona Sur incluye los Partidos de Lobería, Necochea, San Cayetano, Tres

Arroyos, Coronel Dorrego, Monte Hermoso y Coronel Rosales. En este último Partido se localiza la localidad de Pehuén Co (ver figura 1).
Figura 1: Localización Pehuén Co



Fuente: elaboración propia, 2014

En general, las costas de la provincia de Buenos Aires ostentan las mismas características desde el punto de vista físico: playas que oscilan entre 100 y 200 metros de ancho, arenas finas, poca profundidad en los primeros 100 metros, con temperaturas frescas. Sin embargo cuando realizamos una mirada detallista sobre cada destino, se descubren las diferencias y la riqueza desde el punto de vista geográfico y turístico. Cada una de las localidades costeras ha forjado su presente producto del empeño y tesón de numerosos hombres, algunos nativos y otros extranjeros que las eligieron para crecer y desarrollarse, como Patricio Peralta Ramos cuando fundó Mar del Plata, o los belgas Robette y Poli que fundaron el balneario Ostende, por citar algunos casos. Asimismo, algunas constituyen importantes nodos urbanos cuyos puertos exportadores de productos agrícolas y manufacturados revisten importancia nacional, mientras que otras funcionan como centros turísticos o villas turísticas con pocos habitantes fijos cuya principal actividad es el turismo. Es decir, cada uno de estos puntos que completan esta entidad territorial de la costa bonaerense presentan múltiples posibilidades y cada espacio litoral supone disímiles motivaciones, prácticas y por ende, impactos. Según Benseny (2011), en el siglo XX surgen destinos en la franja litoral bonaerense que reproducen el modelo turístico litoral, algunos convirtiéndose en pueblos balnearios y otros consolidándose, iniciando un proceso de fragmentación territorial que deriva en la creación de nuevas unidades político-administrativas, con un marcado perfil urbano turístico.

La búsqueda de autenticidad y diferenciación en la experiencia turística, la creciente valoración del medio natural y de los espacios no degradados, la actitud activa y el rechazo

a la estandarización de la oferta en el espacio litoral, son los factores determinantes en la definición de una nueva estrategia basada en una dimensión territorial y ambiental que busca redefinir el modelo de implantación turística (Benseny, 2006). En este contexto, a continuación se expondrá un aspecto de lo que representa la riqueza y la singularidad de Pehuén Co, reparando en un fenómeno de gran importancia y de gran tendencia en este siglo como es el turismo residenciado y su instancia posterior, la migración residencial como proceso a atender en virtud de preservar fórmulas cualitativas en beneficio del destino.

Pehuén Co: diagnóstico de una disputa

Es necesario destacar que Pehuén Co ha sido concebida por su fundador, Avelino González Martínez como una villa turística y hasta nuestros días esa identidad se mantiene en la fisionomía del balneario: el asfalto no está presente en ninguno de sus caminos, se prohíbe la edificación sobre los primeros metros de la costa y la predominancia de los tamariscos y la vegetación se destaca desde cualquier punto. En Pehuén Co aún no se consumó una institucionalización como municipio urbano a diferencia de muchas localidades costeras bonaerenses. Para los residenciados y residentes del lugar, la ausencia de los resabios de lo urbano, la naturaleza y tranquilidad son el basamento motivacional de su paso. Este deseo se agudiza ya que la mayor parte de quienes adoptan el rol de residentes y de segundos residentes proceden de una ciudad. Otro aspecto a considerar es que Pehuén Co es una villa que responde a lo que Mantero (2001) denomina el "monocultivo del turismo". No presenta actividades de otro tipo y es inexistente la presencia de técnicos o albañiles en un espacio en pleno crecimiento residencial, lo que obliga a que se los exporte desde centros urbanos. Su condición de "paraíso" como lo llaman sus segundos residentes es justamente por lo que delata su paisaje. Siguiendo con esta línea, el perfil de quienes protagonizan dos trayectorias comunes pero separadas es el siguiente:

- Migrantes: aquellos que se han instalado de forma definitiva en el balneario. En un 60% son personas mayores a los 60 años que ya están jubilados y no exceden las dos personas por vivienda. El principal motivo por el cual decidieron su establecimiento definitivo en Pehuén Co respondió a razones familiares (40%) y a un deseo personal (40%). Algunas cuestiones interesantes a tener en cuenta es que de aquellos que contestaron que su condición de residente fue por una causa personal, el 78% afirmó haber tenido una casa de fin de semana en el destino.
- Segundos residentes: propietarios de una vivienda en el lugar que visitan principalmente durante el fin de semana pero cuya residencia habitual se ubica en otra localidad. En lo relativo al perfil del segundo residente pehuenquino, las encuestas aplicadas demostraron que suelen ser unidades familiares compuestas de 5 a 8 miembros en su mayoría (52,2%), cuyo jefe o jefa de hogar se encuentra comprendido entre los 36 y 65 años (80,6%) donde sólo el 20,9% es jubilado o pensionado y cuya mayoría procede de Bahía Blanca (52,2%), el principal núcleo urbano próximo. Cuando se indagó por el motivo de construir una vivienda, las características del destino (38,8%) y en segundo término la herencia o donación (32,8%) fueron las respuestas más frecuentes.

Se puede establecer que la migración posee un carácter geográfico y el de segunda residencia es una tipología turística en el intervalo entre la migración y el turismo pero

ambos son fenómenos sociales. Ambas cuestiones suscitan efectos en el espacio litoral al que convierten en dinámico, vulnerable y consecuentemente, disputable. Lo que une a ambos grupos es la posesión de una vivienda, y lo que los separa son las “identidades móviles” definidas por Hiernaux (2005). En otras palabras, existe una disrupción en la adecuación ante el cambio del espacio geográfico. Aquellos segundos residentes que frecuentan su inmueble durante el fin de semana o principalmente en el invierno se quejan por la falta de insumos, disponibilidad de un cajero para extraer dinero, funcionamiento regular de la farmacia o expansión horaria de los comercios. Esto desaparece en el verano como en la mayoría de los destinos de sol anclados en el período donde éste aparece. Aquí, por el contrario ya se han podido percibir saturaciones de servicios municipales y turísticos.

Los residentes permanentes, que se localizan principalmente en el centro del balneario, reflejan menores inquietudes, propios de una diferencia de temporalidad con los anteriores. Esto permite vislumbrar como en Pehuén Co se está produciendo una verdadera evolución del turismo residencial por lo menos en los últimos 15 años, ya que el residente más antiguo que registraron las encuestas data del año 1998. Esta corroboración materializa la teoría de Soja (1996) quien, además de reivindicar el espacio y el ser social, ubica al elemento tiempo al mismo nivel jerárquico que los anteriores en su trialéctica de la espacialidad.

Los migrantes, que han sido antiguos segundos residentes (33,3%) y éstos, a su vez, juveniles turistas del balneario, reflejan la fuerza territorial del destino. A su vez, las encuestas realizadas permiten inferir que un 67,2% de los residenciados tienen la intención de convertirse en residentes permanentes. Esta situación refuerza el rol del municipio que deberá planificar y gestionar con y para ellos, por ser éstos quienes cuidarán el destino y asegurarán un crecimiento adecuado y sostenible del destino en el marco del ciclo residencial.

Lo antedicho permite inferir que existen diferencias entre los segundos residentes y los residentes permanentes que generan diferentes conflictos:

Tranquilidad vs. Masividad

El auge residencial del balneario, principalmente en el área sudeste es progresivo. Cuando se repasan las causas desencadenantes en la compra, la tranquilidad se anuncia como el principal motor para los segundos residentes. Sin embargo, de acuerdo a los residentes, la tranquilidad con la que vivían se ha alterado pero no conciben esto como negativo sino que propicia un dinamismo que necesitan en la “construcción de una nueva vida” (Mazon et al. 2011). A los segundos residentes, el turista lo aqueja más y de hecho reduciría sus visitas ante una masividad en el destino. Esto lleva consigo una contradicción entre lo que se busca en el corto plazo y lo que se encuentra en el mediano y largo plazo. Evidentemente, esto también responde a una característica estructural del siglo XXI como lo es el stress urbano. En la actualidad, Pehuén Co no cuenta con un plan estratégico de desarrollo que logre armonizar deseos con expectativas, lo que conlleva a una pérdida de calidad en el destino.

Ciudadanía vs No ciudadanía

Citando a Bell (2010) "si el axioma de ciudadano se amarra a la noción de residencia" ni el residenciado y mucho menos el turista pueden enmarcarse como ciudadanos.

Esto se traduce en un impedimento para estos grupos a la hora de participar políticamente, no pudiendo aportar o expresar sus valoraciones, opiniones, necesidades y demandas. Así pues, atendiendo a dos variables como el tiempo, basado en la residencia interrumpida (temporalidad), y la estancia diferenciada, que habla de un espacio geográfico distinto al que habitualmente transcurre su vida; turista y segundo residente son meros nómades que transitan de forma momentánea por un lugar o son actores anónimos que no pueden actuar en ninguna esfera del poder (modificado de Bell, 2010: 343).

No obstante, esta situación resulta ser injusta para el segundo residente, principalmente porque contribuye en forma regular (pagando impuestos más altos) y, en ocasiones, su preocupación es superior a la del residente porque allí posee su "refugio" y/o inversión de fin de semana. Este mal llamado turista de fin de semana o de vacaciones asume nuevos compromisos, pues con el régimen de propiedad y su condición de propietario de suelo le surgen nuevas obligaciones tributarias y se le exige conductas civiles acordes con el código municipal vigente (Bell, 2010:359). En este sentido, aunque el turista sea estigmatizado como "intruso" y el segundo residente sea visto como un "conquistador" o "cazador de poderes" por los residentes, no hay dudas de que la presencia de éstos, su injerencia, sus impulsos y actos alteran la vida del lugar de destino y su paisaje, modificando, implícitamente o explícitamente, positivamente o negativamente, la organización social, las políticas públicas, el perfil laboral de los habitantes y las instalaciones e infraestructuras existentes (indispensables para la oferta de un destino turístico).

Destino vs Territorio

La posibilidad de elegir dónde envejecer refleja un proyecto de vida. Esto aglutina diversos factores: inversión, tiempo y dedicación. Sin embargo, por el momento, la planificación y gestión municipal no responde con proyectos que involucren a esta unidad de análisis en la configuración del destino. En torno a la gestión de Pehuén Co, un detalle no menor es la opinión que ostentan los segundos residentes en torno a la misma. El resultado de las tabulaciones arrojó que casi el 70% de los encuestados opina que la gestión del Partido de Coronel Rosales donde se localiza Pehuén Co es deficiente. De la misma forma los migrantes, en un 83%, perciben una mala gestión actual. Estos datos denotan que las actuaciones en la esfera pública no son suficientes y marcan una señal de atención que debería ser atendida urgentemente, dado que Pehuén Co se encuentra en una etapa incipiente de crecimiento. En síntesis, se debe dejar de considerar un sector "híbrido" al conjunto del segundo residente dado que, de acuerdo a la evolución del proceso residencial en los destinos, éste formará parte de la villa como ciudadano a largo plazo y sus decisiones incidirán en la villa turística que formará parte de su espacio de vida.

En virtud de lo expuesto, Hiernaux (2009) propone una asociación que resulta pertinente en el caso de Pehuén Co, entre la segunda residencia y una segunda oportunidad. Lo que

se denomina segunda oportunidad es un nuevo intento para volver a enlazar o fortalecer los vínculos interpersonales, retomar determinadas actividades compartidas que se han disipado por algún conflicto o desgastado por el simple transcurso del tiempo o la vorágine cotidiana. Asimismo, la segunda oportunidad también se extiende al aspecto edilicio: en algunos casos emerge una nueva concepción en la ejecución de la vivienda que no se adoptó con la principal (materiales, diseños, entre otros), encarar actividades particulares como dedicarle más tiempo a la decoración (rústica), adquirir nuevas prácticas como la jardinería o la caminata que son menos permitidas en los ritmos urbanos, principalmente.

En definitiva, la reestructuración de los espacios turísticos litorales requiere del compromiso social de los diferentes agentes que operan en cada destino para definir procesos de limitación y control del crecimiento de nuevas plazas hoteleras; la reordenación de áreas saturas por la urbanización; la protección y recuperación del entorno; las mejoras ambientales en la construcción de infraestructura y equipamiento y una diversificación del producto. Ante la necesidad de redefinir el modelo turístico, como reacción al estancamiento y declive de la demanda, las nuevas estrategias turísticas para el espacio litoral deben surgir de la iniciativa local, como base fundamental para la integración de los diferentes actores que se dan cita más que en el destino en su espacio vivido (Di Meo).

Reflexiones finales

La expresión de turismo residencial aglutina un variado conjunto de procesos difíciles de delimitar, cuyo contexto más significativo lo forman las regiones turísticas en las que se entremezclan la intensa actividad económica que gira en torno al negocio inmobiliario con aspectos propios del turismo tradicional y estos a su vez con algunas de las nuevas formas migratorias y de residencialidad (Huete et al. 2009).

Los nuevos tipos de residencialidad, situados al límite entre la migración y el turismo están en auge en los espacios litorales en general y en Pehuén Co en particular. Esta trayectoria no se encaminan hacia la vivencia de experiencias que impliquen lo que Ervin Goffman llama “discontinuidades biográficas” (cambios bruscos en la identidad personal y social del individuo) sino, precisamente, a una nueva existencia sin ese tipo de discontinuidades, es decir con discontinuidades geográficas que no provoquen alteraciones en el plano psicosocial de la identidad. Sin embargo, sus inquietudes permanecen sordas a pesar de su gran apego con el espacio y eso conlleva a que el espacio esté en permanente disputa. La elaboración de un plan estratégico para ordenar la disposición de viviendas, dotar de mejores servicios al balneario y proveer a una sinergia hacia el desarrollo sostenible del destino es fundamental. Por último tanto migrantes como segundos residentes emprenden una reconstrucción de un territorio turístico y deconstrucción de un modelo de vida preexistente a partir de la relocalización de los individuos en un contexto de gloablizacion. El modelo litoral del sun, sea, sand y sex es reemplazado en Pehuen Co por el sun, sea, sand y family agregando que ya no basta estar en un lugar para ser de “ese lugar” sino que hace falta apropiarse del lugar de referencia comprometiéndose con el mismo.

BIBLIOGRAFÍA

BELL, C. (2010). Gobierno y ciudadanía en los territorios turísticos. En Desarrollo territorial y turismo: una aproximación a partir de la valorización turística. Universidad Externado de Colombia.

BENSENY, G. (2006). El espacio turístico litoral. Aportes y Transferencias, 10(2), 102-122. Universidad Nacional de Mar del Plata. Argentina.

BENSENY, G. (2011). Valorización turística y transformación territorial costera en la Provincia de Buenos Aires (Argentina). Párrafos Geográficos, 10(2), 110-129.

BERTONCELLO, R (1993) Configuración socio-espacial de los balnearios de La Costa, provincia de Buenos Aires. Territorio Nº 5 Revista Electrónica. Universidad de Buenos Aires. Facultad de Filosofía y Letras. Instituto de Geografía.

BESANCENOT, J. P. (1991). Clima y turismo. Ed. Masson. Barcelona.

GUSTAFSON, P. (2008). Transnationalism in retirement migration: the case of North European retires in Spain. Ethnic and racial studies, 31 (3), 451-475.

HIERNAUX, D. (2005). ¿Identidades móviles o movilidad sin identidad? El individuo moderno en transformación", Norte Grande, nº34.

HIERNAUX, D. (2009). Los imaginarios del turismo residencial: experiencias mexicanas. Barcelona: Icaria.

HUETE, R., & NIEVES, R. H. (2009). Turistas que llegan para quedarse: una explicación sociológica sobre la movilidad residencial. Universidad de Alicante.

LARRECHE, J. y ERCOLANI, P. (2015). El segundo residente de Pehuén Co: estudio de una influencia. Revista Huellas. Instituto de Geografía, Facultad de Ciencias Humanas de la Universidad Nacional de La Pampa. Santa Rosa, Argentina. Nº18, pp. 37-67.

MANTERO, J. C. (2001). Urbanizaciones turísticas del litoral atlántico. Aportes y Transferencias, 5(2), 11-54. Universidad Nacional de Mar del Plata. Argentina

MAZÓN, T., NIEVES, H., & MANTECON, A. (2011). Construir una nueva vida: Los espacios del turismo y la migración residencial. Milrazones.

MESPLIER, A. y BLOC-DURAFFOUR, P. (2000). Geografía del Turismo en el mundo. Editorial Síntesis. Madrid-España.

SOJA, E. (1996). The trialectics of spatiality. Thirdspace. Blackwell Publishers.

5

Complejidad territorial y turística. Dinámicas migratorias y rutas laborales cotidianas

Complejidad Territorial y Turística: Dinámicas Migratorias y Rutas Laborales Cotidianas

Dra. Bonnie Campos Cámara y Dra. Ligia Sierra Sosa.
Universidad de Quintana Roo

El desarrollo de polos turísticos en México, esta en conexión directa con la movilidad de la población, ya sea a través de desplazamientos con proyectos de vida migratorios, con temporalidades diversas pero con un sentido de arraigo en el lugar de arribo, o bien, con desplazamientos cotidianos que favorecen la circulación de la información, así como la reproducción y sostén de los servicios. El desarrollo regional del estado de Quintana Roo y de acuerdo a las diferencias y homogeneidades acordadas, permite caracterizar espacios y grupos, la vertiente interviniente en todo es proceso de regionalización son las actividades económicas como el turismo, actividad preponderante que ha conectado diversos espacios sociolaborales, desde los globales hasta los locales, desapareciendo la dicotomía entre lo urbano y rural. La complejidad territorial del norte del estado muestra que su propio desarrollo depende de estas conexiones situacionales y de la injerencia política para la inversión y el crecimiento.

Por el crecimiento económico y el desarrollo de ciertas actividades fundamentalmente del sector terciario, se genera un circuito de trabajadores que de forma diaria o semanal se desplazan a la comunidad y a la región para realizar los diversos trabajos, básicamente estamos hablando de hombres y mujeres jóvenes y solteros. Además, encontramos a migrantes que han decidido permanecer en la comunidad y establecer su vivienda, migrantes que ven en la actividad turística una forma de vida.

Las migraciones como procesos sociales tienen sentido en las reelaboraciones sociales y culturales constantes que las personas realizan a cada momento, en razón de los roles y papeles que les confiere actuar como una comunidad de recepción o como la comunidad de donde salen. Las épocas, los espacios y los grupos han experimentado los diversos panoramas y efectos sociales que la migración ha generado. Podríamos decir que nadie se ha salvado de quedar fuera de este proceso de diferenciación, integración y cooperación que la migración conlleva.

El aumento notable de la migración hacia los espacios urbanos hizo que la política de ordenamiento territorial y urbano de los diversos gobiernos considerara a esta población como detonante de problemas sociales, entre otros, marginación y pobreza urbana, hacinamiento y además, alcoholismo y drogadicción. Al respecto, las imágenes en la prensa local y regional exponían a ciertos centros urbanos, primordialmente a Cancún, como referentes que favorecían la marginación de los jóvenes. Sin embargo, estas imágenes no menguaron el número de arribos, porque para los migrantes esos espacios continuaban siendo una buena opción de trabajo y de arraigo (Sierra, 2008).

En el ámbito internacional la perspectiva cambió en los años noventa cuando se empezó a mirar la migración como un proceso que favorecía tanto a los espacios de salida como a los territorios de arribo. Es decir, la migración puede ser buena para todos siempre y cuando se canalice adecuadamente. Se realizaron, entonces, diversas conferencias

para “abordar a las migraciones mediante políticas y acuerdos regionales globales que reúnan a países emisores y receptores en la búsqueda de ese beneficio común que sugiere la idea de gestión” (Blanco, 2006:28).

El cambio en la mirada sobre las repercusiones de la migración a nivel internacional se percibió en la disposición de favorecer y dar reconocimiento a la diversidad y a la posibilidad de convivencia en la diferencia. Sin embargo, la tendencia de definir a los migrantes como “otros” es recurrente en las políticas nacionales y ciudadanas. En tanto, para el caso de los migrantes internos la diferencia se observa a partir de otros criterios como la cultura, el origen étnico o la cualificación laboral. Criterios que inciden en la percepción generalizada que se tiene sobre los grupos, tales como los indígenas o las diferentes clases sociales.

Ahora pasaremos a exponer las posibles variables e indicadores de estudio en el ámbito nacional, regional y local que explicaran este tipo de movilidad. La migración intraregional-local nos muestra el movimiento migratorio de personas de origen nacional que deciden prioritariamente buscar opciones de empleo y arraigo en regiones y ciudades en las que saben o reconocen la posibilidad de tener acceso a trabajo, vivienda y otros servicios sociales. Son desplazamientos que muestran temporalidades diversas dependiendo del tipo de trabajadores, es decir, aquí podríamos diferenciar dos aspectos: la migración permanente y la movilidad laboral temporal, la cual se refiere a población que no busca el arraigo familiar ni personal; se mueve en busca de empleo y éste define su residencia o temporalidad en el lugar de arribo. Mucha de esta población está constituida por trabajadores circulares que definen su movilidad dependiendo de la producción agrícola en sus lugares de origen: mientras la milpa (agrícola) requiera de mano de obra, ellos permanecen en su comunidad; en la temporada de espera, en cambio, se mueven generalmente solos a los espacios de trabajo que en muchas ocasiones no son pueblos o ciudades, sino más bien campamentos o chabolas improvisadas para mantener accesible la mano de obra. Otro tipo de trabajador, relacionado con los contratistas, es el que se mueve en circuitos definidos por el mercado de trabajo -en donde se construye se contrata-, y depende de los vínculos que establezca con las personas encargadas de la contratación; incluso suelen verse vehículos que salen de comunidades específicas con rutas definidas de trabajo, básicamente hacia la construcción.

La migración en la región de estudio responde a cuando menos tres modalidades de traslado: a) *la individual* que busca el reagrupamiento familiar en el proceso de consolidación, b) *la familiar inmediata* que comprende estrategias que involucran a todos los miembros de la casa para su permanencia en el lugar de destino, y c) *la comunitaria* que podrá ser reconocida por los otros como existente por su continuidad y temporalidad, es el caso de la comunidad de mayas yucatecos en Cancún (Sierra, 2007). A lo anterior debemos integrar algunos elementos explicativos de la migración señalados por Dolors Comas: la segregación laboral contempla indicadores de selección entre los que se encuentran el género, la edad, la etnia, la calificación y la edad. Es decir, la división del trabajo estructura las diferencias y propicia la desigualdad entre las poblaciones (Comas, 1995:18).

La movilidad de la mano de obra en la región de estudio es un fenómeno común; se ha observado un traslado de transmigrantes de Cancún a Playa del Carmen y de esta ciudad a Mahahual. Estas personas recurren a sus propias estrategias económicas para definir sus espacios de residencia, duradera en muchos casos.

Hay que recordar que las condiciones migratorias en los diversos territorios de la nación han sido alentadas o motivadas en diferentes momentos por las políticas del gobierno federal y los estatales. Tal como lo señala Emma Martín: "[En las] migraciones internas el estado juega un papel fundamental en cuanto determina en gran medida la existencia en su seno de fuertes desequilibrios regionales que están en la base de los desplazamientos de la población de unas zonas a otras…" (Martín, 2003:37).

En Quintana Roo la actividad turística es el eje rector de la economía, aunque podemos mencionar que ha sido una actividad un tanto depredadora de la calidad socioambiental, ya que las estructuras de poder que la controlan identifican sobre todo objetivos financieros. Otro factor es que el turismo impulsa procesos de aglomeración y concentración de capitales, trabajo y energía, de actividades turísticas, que al conjugarse someten a los ecosistemas a una presión que supera su capacidad de soporte.

En el caso de las áreas o zonas costeras, estos sitios naturales son las áreas de playa, justamente las de mayor complejidad ecológica y sujetas a fuerte presión por parte de las actividades humanas.[1]

El proyecto analiza un lugar específico, como lo es la región sur del Caribe Mexicano, y particularmente tiene como zona de estudio al Corredor Turístico Costa Maya, ya que en esta región se están manifestando una serie de transformaciones donde se produce el fenómeno de la urbanización acelerada, generando problemas sociales, pero a la vez un crecimiento económico que no ocurre de manera uniforme a escala estatal; y que ambos factores –procesos urbanos y crecimiento económico- se manifiestan con más intensidad en unos lugares que en otros, y desde luego han generado desigualdades regionales,

La reflexión antropológica en torno a las dinámicas migratorias no persigue solamente una aproximación del fenómeno desde el punto de vista demográfico; es consciente ante todo que los movimientos humanos transforman los espacios y que al mismo tiempo los espacios se construyen en virtud de las relaciones sociales.

Mediante los procesos de transmisión realizados por las «estructuras de acogida», el ser humano a nivel individual, incide en su espacio y su tiempo, es decir, en la historia, y se convierte en agente dinamizador de la realidad.

Dentro de los procesos culturales que activan las sociedades contemporáneas el turismo tiene un relieve de capital importancia. El desarrollo del turismo en la costa maya de Quintana Roo ha sido presentado como un importante relevo económico ante la inminente crisis de otros modelos y proyectos como la explotación petrolera. Sin embargo, esta dinámica operante trae consigo profundos cambios en aquéllas regiones y localidades que se integran a la empresa turística.

1. Las áreas costeras contienen importantes recursos naturales y económicos que en muchas regiones del mundo, no se utilizan o son utilizados de tal forma que los beneficios económicos no son optimizados a su máximo potencial. Los principales recursos costeros son: arrecifes coralinos, ecosistemas de manglar, sistemas de playa, estuarios y lagunas y lechos marino, estos sistemas costeros generan beneficios ecológicos y económicos que proveen al hombre.

BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA Y REFERENCIADA

Abella, Manolo, "Competencia global por trabajadores cualificados" en Blanco Cristina, (ed.), *Migraciones. Nuevas movilidades en un mundo en movimiento,* edit. Anthropos, 2006, España

Augé, Marc, *Por una antropología de la movilidad,* edit. Gedisa, 2007, España.

Baños, Othón, *La modernidad rural mexicana a fines del milenio. El caso de Yucatán,* edit. UADY, 2001, México.

Bauböck, Rainer, "Cómo transforma la inmigración a la ciudadanía, perspectivas internacionales, multinacionales, transnacionales" en Aubarell, Gemma y Ricard Zapata (eds.), *Inmigración y procesos de cambio,* Edit. Icaria- IEMed, 2004, España.

Blanco Cristina, (ed.), *Migraciones. Nuevas movilidades en un mundo en movimiento,* edit. Anthropos, 2006, España.

Bourdieu, Pierre, *Las estructuras sociales de la economía,* edit. Anagrama, 2003, España.

Campos Cámara, Bonnie, Ligia Sierra Sosa y Yuri Balam, *"La actividad turística internacional y su repercusión en la población de Quintana Roo" en* Julia Fraga y otros (Coordinadores), *Descentralización y manejo ambiental. Gobernanza Costera en México,* Ed. UADC, Cinvestav y Plaza y Valdés, México, 2008.

Cárdenas Méndez Eliana, "Frontera geográfica y frontera vital: Feminicidios en México" En Migración, educación y trabajo. Ligia Sierra Coordinadora, Plaza y Valdés, 2009

Cárdenas Méndez Eliana, "Mujeres, turismo y globalización" En Turismo: desastres naturales sociedad y medio ambiente, Alejandro Palafox, Oscar Frausto Martínez coordinadores, Plaza y Valdés 2008.

Comas, D`Argemir, Dolors, *Trabajo, género, cultura. La construcción de desigualdades entre hombres y mujeres,* edit. Icaria, 1995, España.

Castles, Stephen, "Globalización e inmigración" en Aubarell, Gemma y Ricard Zapata (eds.), *Inmigración y procesos de cambio,* Edit. Icaria- IEMed, 2004, España.

Daune-Richard, Anne-Marie, "Cualificación y representación social" en Maruani Margaret, Cantal Rogera y Teresa Torns (dirs.), *Las nuevas fronteras de la desigualdad. Hombres y mujeres en el mercado del trabajo*, edit. Icaria, 2004, España.

Gardey, Delphine, "Perspectivas históricas" en Maruani Margaret, Cantal Rogera y Teresa Torns (dirs.), *Las nuevas fronteras de la desigualdad. Hombres y mujeres en el mercado del trabajo,* edit. Icaria, 2004, España.

Halper, Jeff, "Acomodación, espacio cultural, ambientes dotados de posibilidades, zonas de contacto y administración de la diversidad: una perspectiva antropológica" en Aubarell, Gemma y Ricard Zapata (eds.), *Inmigración y procesos de cambio,* Edit. Icaria- IEMed, 2004, España

Hirata Helena y Danièle Kergoat, "Una nueva mirada a la división sexual del trabajo" en Maruani Margaret, Cantal Rogera y Teresa Torns (dirs.), *Las nuevas fronteras de la desigualdad. Hombres y mujeres en el mercado del trabajo,* edit. Icaria, 2004, España.

Ramírez Carrillo, Luis Alfonso, “Sociedad y población urbana en Yucatán, 1950-1989”, *Cuadernos del CES,* núm. 36, edit. COLMES, 1993, México.

Martín Díaz, Emma, *Procesos migratorios y ciudadanía cultural,* edit. MERGABLUM, 2003, España.

Martiniello, Marco, “El Estado, el mercado y la diversidad cultural” en Aubarell, Gemma y Ricard Zapata (eds.), *Inmigración y procesos de cambio,* Edit. Icaria- IEMed, 2004, España

Maruani, Margaret, “Introducción” en Maruani Margaret, Cantal Rogera y Teresa Torns (dirs.), *Las nuevas fronteras de la desigualdad. Hombres y mujeres en el mercado del trabajo,* edit. Icaria, 2004, España.

Sierra Sosa, Ligia Aurora, *Mayas en Cancún,* edit. Plaza y Valdés-Uqroo, 2007, México.

------“Un acercamiento a los conceptos de migración y mercado de trabajo en un contexto urbano” en Ligia Sierra y Julio Robertos (coords.) *Migración, trabajo y medio ambiente. Acercamientos teóricos en las ciencias sociales desde el Caribe mexicano,* Ed. Plaza y Valdes-UQROO, México, 2006.

-------, “Migración, educación y trabajo en Quintana Roo. Estudio comparativo entre dos espacios de atracción social de personas: el Caribe norte y la frontera sur” en David Velásquez Torres y Lourdes Castillo Villanueva (coordinadores), *Ciudad y organización espacial,* Ed. Plaza y Valdés-UQROO, México, 2007.

-------, “Migración y trabajo en el Caribe mexicano. Entre dos mundos, las familias mayas y el turismo masivo” en Bonnie Campos Cámara (Coord. General) Lourdes Castillo Villanueva y David Velásquez Torres (coordinadores), *Urbanización y Turismo,* Ed. Pomares, México, 2007.

Dibujando la Costa maya de Quintana Roo. Experiencias

Sierra Sosa, Ligia, (coord.), *Migración, educación y trabajo. Entre el Caribe norte y la frontera sur de Quintana Roo,* edit. UQROO- Plaza y Valdés, México, 2009.

Wallerstein, Immanuel, *El moderno sistema mundial. La agricultura capitalista y los orígenes de la economía mundo europea en el siglo XVI,* edit. Siglo XXI, España, 1979.

Zapata-Barrero, Ricard, *Inmigración, innovación política y cultura de acomodación en España*, edit. CIDOB, 2004, España.

Complejidad territorial y turística: Dinámicas migratorias y rutas laborales cotidianas

Dra. Ligia Aurora Sierra Sosa. Universidad de Quintana Roo.

Dra. Bonnie Lucía Campos Cámara. Universidad de Quintana Roo.

El presente siglo trae consigo grandes retos, unos de ellos es reconocer la complejidad del territorio en sus diferentes usos. Uno de los retos, es abordar el territorio, entendiendo la complejidad del desarrollo turístico en cuanto a fenómeno social, económico, cultural y ambiental. Costa Maya se encuentra en un proceso de Reorganización de su territorio, considerándolo como espacio para el uso turístico mismo que conlleva a re-valorizar y re-funcionalizar el lugar porque se están produciendo nuevas relaciones entre los sistema de objetos y acciones en dichos espacios. (Santos, 1996)

Es un hecho que la actividad turística alimentada por el capitalismo, seduce como objetivo de vida, desde la practica profesional hasta la utopía de conocer el mundo, entender este movimiento supone conocer el territorio para poder ordenar sus diferentes usos de forma sistémica y sustentable. No es possible ver el turismo de forma genérica y por ende es necesario realizar estudios multidisciplinarios y que se de una mayor contribución de diferentes ciencias, destacándose las experiencias de otros campos de conocimiento como la geografía, antropología, historia, economía, comunicaciones entre otros. Y de acuerdo como señala CastroGiovanni (2007) "Conocer el significado del espacio turístico y la manera en que está construido es cada vez más difícil" La complejidad emerge como una nueva racionalidad y un nuevo pensamiento sobre la producción o consumación del espacio turístico. Es decir, los espacios turísticos, poseen un ciclo evolutivo: origen, crecimiento, estancamiento y rejuvenecimiento o decrecimiento; y para ello, se da una organización espacial donde se configuran redes sociales, productivas, políticas, articulación territorial, todo ello influye en la distribución espacial de la población y el empleo.

Y desde luego, surge el llamado Espacio Turístico, como un producto Social. Complejo, polifacético, donde el turismo genera una apropiación del espacio.

Reconocer la complejidad, en su uso turístico; se requieren identificar y analizar los movimientos que se dan para la organización y funcionalización del territorio a partir de la actividad turística, reconociendo esta, como un fenómeno social, económico, cultural y ambiental.

El desarrollo de "polos" turísticos en el mundo, está en conexión directa con el desplazamiento de la población, ya sea a través de dinámicas con proyectos de vida migratorios o con temporalidades diversas, que buscan un sentido de arraigo en el lugar de arribo, o bien, por otra parte, con desplazamientos laborales cotidianos que favorecen la circulación de la información, así como la reproducción y sostén de los servicios.

El desarrollo regional de ciertos espacios y de acuerdo a las diferencias y homogeneidades preestablecidas, permite caracterizar a los grupos sociales. Los elementos verte-

bradores de todo este proceso de regionalización, son actividades económicas como el turismo, sector económico preponderante que ha conectado diversos espacios sociolaborales (desde los globales hasta los locales) y ha desdibujado la dicotomía tradicional entre lo urbano y rural, generando continuidades espaciales.

La complejidad territorial de los espacios turísticos muestra que su propio desarrollo depende de las conexiones y situaciones que la injerencia política establece para la inversión y el crecimiento de los servicios destinados al ocio. En el mundo se han ofertado servicios que homogenizan el estilo de vida y el consumo, incluyendo en esa órbita a los tipos de empleo que responden a esa nueva dinámica laboral. Las modificaciones que se observan están relacionadas con las formas de residencia y desplazamiento, que ya no buscan el arraigo en el lugar de trabajo, sino que entretejen sentidos de convivencia laboral, familiares y comunitarias, que le permiten su reproducción social, abarcando y actuando en varios espacios en la cotidianeidad. Las rutas laborales enlazan el trabajo con la vida, evitan la migración pero propician que se reelabore y genere una distinción entre el local y el trabajador que de forma cotidiana obtiene capitales sociales, que puede o no reproducir en sus lugares de vida. El tiempo y el trabajo son dos de las variables más importantes que modifican el escenario de las regiones turísticas.

A este tipo de movilidad espacial le denominamos rutas cotidianas y recorridos laborales. Este último, los recorridos laborales: implican desplazamientos y procesos migratorios de índole individual, familiar o comunitario, estos se articulan en contextos de trabajo, bajo esquemas que les permiten su reproducción cotidiana en los espacios de socialización primaria como lo son los hogares y su vinculación con la reproducción comunitaria. Los recorridos son proyectos con tiempos diferentes de permanencia y con espacios de reproducción social de la vida social a corto y mediano plazo, semanales y mensuales, incluyen, proyectos de vida fuera del espacio de socialización, migración, reemigración y retorno. Las rutas cotidianas son esquemas que articulan a las comunidades unas a otras para asegurar la mano de obra, hacia los centros de trabajo del sector turístico. (Sierra, L. y X. Ballesteros, 2014)

Analizar el como las comunidades se ven influidas y movidas por la dinàmica turística, además de hacer patente que en una determinada zona de estudio se desarrolla un intenso proceso de migración interna y una combinación de las labores tradicionales y de nueva aparición, fenómenos generados por el desarrollo del turismo, forman parte de una complejidad territorial.

Bibliografia

CastroGiovanni A.C.(2007) *Lugar no lugar u Entre lugar. Los angulos del espacio turístico. En estudios de perspectiva en turismo,* Vol. 16 .

SANTOS, M. (1996). A *Natureza do Espaço. Técnica e Tempo, Razão e Emoção.* Ed. Hucitec, São Paulo.

Sierra, Ligia y Xochitl Ballesteros (2014) “Rutas cotidanas y recooridos migratorios en dos comunidades de la Zona Maya de Quintana Roo.” *Revista Mundi Migratio,* Vol. 2, No. 2, Centro de estudios de migraciones Internacionales, Universidad de la Habana.

COMPLEJIDAD TERRITORIAL Y TURÍSTICA: DINÁMICAS MIGRATORIAS Y RUTAS LABORALES COTIDIANAS.

Comportamiento de los Tripulantes de Cruceros en Destinos Turísticos: caso Cozumel, México.

*Erick David García González**
*Oscar Frausto Martínez**
*Anne Marie Van Broeck***

**Laboratorio de Observación e Investigación Espacial, Universidad de Quintana Roo. México*
***KU Leuven, Universidad Católica de Leuven. Bélgica*

RESUMEN

Mientras los cruceros atracan en los puertos de escala, parte de la tripulación tiene permiso de descender durante sus horas de descanso, mismas que tienen un lapso de cinco a seis horas, una o dos veces por semana.

A pesar de la alta demanda del turismo de cruceros, la literatura existente en torno al comportamiento que manifiestan los tripulantes en los puertos de escala resulta muy limitada. Así, el objetivo de este texto consiste en mostrar los primeros resultados del estudio del comportamiento de los tripulantes de cruceros a partir del análisis de las distintas actividades que los mismos realizan en función de su jerarquía y nacionalidad en el destino turístico de Cozumel, México.

Los hallazgos encontrados hasta el momento demuestran que en Cozumel, los tripulantes generalmente van de compras, comen, se relajan y se comunican con sus seres queridos, además de que realizan diversas actividades de ocio. También se demuestra que hay diferencias en el comportamiento de los tripulantes según su nacionalidad y jerarquía, así como evidencias de un vínculo con el puerto de escala a través de la existencia de lugares compartidos por tripulantes y locales, resultando ésta en una información valiosa para que los gestores y autoridades reconozcan la importancia del comportamiento de los tripulantes de cruceros en función de su participación social y económica en el destino.

Palabras clave: tripulantes de cruceros, comportamiento, puertos de escala, Cozumel.

ABSTRACT

While cruises stay on ports of call, some crew members are allowed to get off the ship during their free time, which lasts on average from five to six hours, once or twice per week.

Despite the high supply of cruise industry, the existing literature about crew members' behaviour in ports of call is really scarce. Therefore, the aim of this text is to show the initial findings about the cruise ship members' behaviour, by analyzing their activities according to their hierarchy and nationality in Cozumel, Mexico.

Findings until now demonstrate that crew members generally eat, go shopping, get relaxed and get in touch with their loved ones in Cozumel, but they also visit specific places in which they have several leisure activities. Added to this, differences in behaviour due to the crews' hierarchy, nationality were evident, as well as a link through the existence of places shared by crew and local residents, which results in valuable information for managers and authorities in order to recognize the importance of crew members' behaviour because of their economic and social participation.

Key Words: cruise-ship crew members, behaviour, ports of call, Cozumel.

1. INTRODUCCIÓN: TURISMO DE CRUCEROS Y TRIPULANTES

La industria de cruceros ha ido en un constante crecimiento desde sus orígenes. A partir de la década de 1980, ha mostrado un aumento anual del 7.2% (Asociación de Cruceros de Florida y del Caribe FCCA, 2014). Tan solo en el año 2013, se reportó un total de 21.3 millones de cruceristas (FCCA, 2014), por lo que dicha industria se ha convertido en el sector de mayor demanda turística a nivel mundial (Cruise Lines International Association CLIA, 2015).

El éxito de la industria de cruceros se debe a la promoción y a la promesa de una experiencia hedonista en el barco para el crucerista, ofreciéndole grandes lujos a bordo, alimentos y bebidas internacionales, shows, actividades recreativas, además de excursiones a diversos atractivos en los puertos de escala (Gibson, 2008). Las personas responsables de satisfacer las necesidades de los cruceristas a bordo, son conocidas como tripulantes de cruceros.

De acuerdo con la Federación Internacional de los Trabajadores del transporte (IFT por su siglas en inglés, 2015), existen más de 200,000 tripulantes alrededor del mundo de 148 diferentes nacionalidades (Boy y Neumann 2012). Se calcula que en un crucero moderno existe en promedio un tripulante para dar servicio a 2 y hasta a 4 turistas, dando como resultado, para muchos de ellos, extensas jornadas laborales que oscilan en un promedio de 8 a 12 horas, siete días a la semana (Zhao, 2002; Weaver, 2005; Wood, 2000; Van Broeck y Dierckx, 2011).

Los tripulantes de cruceros cuentan con una jerarquía bien establecida que está relacionada con su nacionalidad. Generalmente, la tripulación de alto rango (capitanes y oficiales) suele ser de Norteamérica y del oeste de Europa (Estadounidenses, Italianos, Noruegos y Británicos), mientras que los tripulantes de medio y bajo rango, quienes se dedican a labores operativas de cocina, limpieza, mantenimiento y entretenimiento habitualmente provienen de países asiáticos y de Europa del Este (Indonesios, Malasios, Filipinos, entre otros), siendo las jornadas de trabajo más pesadas para éstos, lo que se traduce en una

menor cantidad de tiempo libre para los mismos (Weaver, 2005; Wood, 2000; Véronneau y Roy, 2012).

Lo anterior, se debe a que muchas compañías de cruceros ofrecen empleos en función del país donde se lanza la convocatoria y parecen tener preferencia hacia ciertas nacionalidades, es decir, los puestos disponibles para altos rangos generalmente se buscan en países industrializados, mientras que los puestos de medio y bajo rango, son cubiertos por personas de países en desarrollo o del tercer mundo (Wood, 2000).

El oficio de tripulante se ha considerado por siglos exclusivo del género masculino, por ende, hasta la fecha existe una notable preferencia para ciertos trabajos en función del género (Gibson, 2008). Comúnmente, la mayoría de las labores administrativas y aquellas que se consideran trabajos pesados (como mantenimiento de la maquinaria, equipo técnico y maniobras de navegación) son otorgadas a trabajadores del género masculino, mientras que trabajos como servicio a cuartos, limpieza, enfermería y cuidado de infantes son para el género femenino, que representa únicamente el 19% del personal total de la actividad de cruceros (Wu, 2005).

Mientras los cruceros atracan en los diversos puertos de escala, parte de la tripulación tiene permiso de descender durante sus horas de descanso (generalmente una o dos veces por semana), mismas que tienen un lapso promedio de cinco a seis horas (Van Broeck y Dierckx, 2011).

La isla de Cozumel, ubicada en el estado de Quintana Roo, México, es uno de los más importantes puertos de escala de cruceros en el mundo (FCCA, 2014). Tan sólo en el 2014, la Administración Portuaria Integral de Quintana Roo (APIQROO, 2015), reportó en Cozumel 1108 arribos de cruceros y 3,404,408 pasajeros.

A pesar de lo anterior, no se sabe con exactitud cuántos tripulantes de cruceros ha recibido la isla en los últimos 8 años (BREA, 2007), y aunque existe un estudio previo de las actividades que los tripulantes realizan en el destino, sólo han sido abordadas de manera descriptiva, lo cual deja en entendido que el estudio del comportamiento de los tripulantes de cruceros en destinos turísticos resulta muy limitado (Van Broeck y Dierckx, 2011).

El comportamiento puede ser entendido como la manera en la que un sujeto puede reaccionar ante los estímulos que lo rodean, influido por sus valores y creencias (Wong y Lau, 2001), los medios de comunicación (McDougall y Munro, 1994) y sus experiencias previas (Ajzen, 2001).

A partir de lo anterior, se puede deducir entonces que el comportamiento de los tripulantes de cruceros puede variar dependiendo de su jerarquía y lugar de procedencia durante sus horas de descanso en los diversos puertos de escala (Van Broeck y Dierkcx, 2011), lo cual debe ser tomado en cuenta por distintos gestores del puerto de escala para con ello buscar una mejor planeación en los distintos puertos y que conduzca al desarrollo del mismo (Pearce, 2005).

Si bien ya se han abordado las actividades de los tripulantes de cruceros en Cozumel, se debe profundizar en cómo la nacionalidad y la jerarquía de los mismos funcionan como

factores que determinan el comportamiento de los tripulantes de cruceros (Van Broeck y Dierckx, 2011). Por lo tanto, el presente texto presenta los primeros resultados sobre un trabajo de investigación que tiene por objetivo conocer el comportamiento de los tripulantes de cruceros a partir del análisis de las distintas actividades que los mismos realizan en función de su jerarquía y nacionalidad en el destino turístico de Cozumel, México.

2. METODOLOGÍA

El trabajo de investigación se realizó a partir de la utilización de métodos cualitativos. Durante el trabajo de campo, se utilizó la observación pasiva a fin de reconocer sitios claves donde existía actividad de los tripulantes de cruceros (Atteslander, 2008). Posteriormente, se pasó a una observación activa en la que hubo contacto directo y convivencia con los tripulantes de cruceros en lugares que ellos frecuentan, para con ello poder describir y reconstruir la realidad desde su punto de vista y también poder identificar comportamientos de los que probablemente no deseen hablar (Jennings, 2001; Diekmann, 2007).

Posteriormente se entablaron conversaciones informales con los tripulantes de cruceros en las que se buscó conocer más sobre su vida en alta mar, las actividades que realizan durante su estancia en el destino, sus opiniones sobre Cozumel como puerto de escala y sobre su vida privada con el fin de conseguir un estado de *rapport* entre el informante y el investigador (Albelda, 2004).

Una vez hecho lo anterior, se procedió a realizar entrevistas semiestructuradas en las que se elaboró un guión que constó de tres secciones diferentes, la primera sección se centró en la obtención de los datos de identificación del informante, la segunda, en realizar preguntas sobre cómo es la vida del tripulante a bordo del barco y la última, en obtener información acerca de qué hacen los tripulantes durante su tiempo libre en Cozumel para con ello alcanzar el objetivo de la investigación.

Las entrevistas y conversaciones se realizaron de diciembre de 2014 a abril de 2015, obteniendo un total de 16 informantes (10 hombres y 4 mujeres). Las entrevistas fueron realizadas en distintas partes de Cozumel donde los tripulantes de cruceros suelen pasar su tiempo libre fuera del barco (loncherías, cafés, centros comerciales, y plazas públicas), de éstas, 12 informantes permitieron la grabación de sus comentarios y 4 no la permitieron (3 hombres y 1 mujer). El investigador realizó anotaciones en el diario de campo después de las entrevistas para con ello complementar las grabaciones y retener la información de los informantes que no permitieron ser grabados y de esta manera, proceder a realizar la transcripción de las entrevistas.

El proceso de análisis se ha realizado a partir de la Teoría Fundamentada (Chamraz y Belgrave, 2012), con el fin de explicar las condiciones por las cuales ciertos elementos se desarrollan, bajo qué condiciones y cómo es que se relacionan entre ellos (Miles y Hubberman, 1994).

El proceso de codificación abierta se realizó dando una lectura detallada a todas las entrevistas y charlas informales categorizando segmentos para identificar frases o palabras

clave y así, comparar la información brindada por los entrevistados (Miles y Hubberman, 1994; Emerson et al, 1995).

Posteriormente, se realizó un proceso de subcodificación, en el cual se encontró la relación entre diversos códigos que permitieron identificar patrones de conducta en los tripulantes (Chamraz y Belgrave, 2012). Para efectos de la realización de la codificación, subcodificación y los memos, fue necesario el uso del software de análisis cualitativo AQUAD 7.3.1.1.

3. RESULTADOS

En el siguiente apartado se presentan los comentarios realizados por los diversos informantes entrevistados en relación a las actividades que generalmente realizan mientras se encuentran en Cozumel.

De acuerdo a la información brindada por los entrevistados, se pudo apreciar que los tripulantes de menor jerarquía tienen menor cantidad de tiempo libre en el puerto de escala (de una a dos horas) y que su comportamiento difiere del de los de mayor rango, además de que muchos de los tripulantes de bajo y medio rango resultaron provenir de países en vías de desarrollo como Indonesia y Rumania, tal como lo menciona la literatura.

Además, los tripulantes revelaron información acerca de lo que generalmente compran en la isla, a dónde suelen ir durante su tiempo libre, qué actividades de ocio realizan y porqué, así como qué piensan sobre este puerto de escala y qué mejoras realizarían ellos para hacer su estancia más agradable, lo cual aparentemente se encuentra influenciado por su lugar de procedencia y su jerarquía en el barco.

3.1. Compras de los tripulantes

Generalmente, los tripulantes con mayor cantidad de tiempo libre o que desembarcan en Punta Langosta, realizan la compra de objetos de aseo y despensa en tiendas de autoservicio como Mega Comercial Mexicana y Chedraui. Lo anterior es debido a que en otros destinos los autoservicios se encuentran muy retirados del puerto y porque en dichos establecimientos existe un buen surtido a precios accesibles.

> *“Siempre vamos ahí de compras, a comprar shampoo, jabón[…]Quizás porque es más barato que en otros puertos, Galveston, por ejemplo, y porque está más cerca al barco, tomas un taxi y vas y regresas en solo cuarenta minutos, pero en Galveston, si vas a comprar algo, necesitas tomar el autobús y sólo eso te toma como veinte minutos y sólo en horas específicas puedes ir y toma mucho tiempo, entonces a muchos tripulantes les gusta Cozumel por muchas razones, quieres comprar algo y está en cinco minutos, compras algo y es más barato, por eso muchos tripulantes quieren ir ahí”. (Anne, asistente, Rumania).*

Así mismo, gran cantidad de tripulantes comentaron haber realizado en algún momento compra de varios suvenires en Cozumel como obsequio para sus familiares en puestos en los que han comprado más de una vez y en los que conocen a los vendedores.

“Yo recuerdo haberle llevado a mis hermanos unas botas originales de aquí de México, yo recuerdo que nos íbamos al centro y había un señor que nos vendía bastante cómodo, como me llevaba de dos, de a tres, entonces les llevaba casacas de cuero… siempre que se podía por supuesto, no era permanente pero de vez en cuando, cuando se podía lo hacía.” (César, Chip Motor Man, Perú).

3.2. Tripulantes y Comida

Muchos tripulantes durante su tiempo libre buscan un lugar para comer. En Cozumel se encuentran diversos restaurantes en los que pueden conseguir comida típica de su país de origen (tales como el restaurante Chi, Tai y las loncherías del mercado) o donde se permite que ellos mismos la cocinen (sobre todo restaurantes para tripulantes asiáticos).

“Cuando estamos en tierra, siempre vamos al restaurant Chi o Tai que están en la esquina, podemos comer algo[…]incluso puedes encontrar restaurantes donde tú puedes cocinar tu propio pescado o tu propia comida, tú vas y cocinas tu pescado como desees.”(Michael, Chef, Islas Mauricio).

Existen tripulantes (generalmente de medio o bajo rango y provenientes de países en desarrollo) que prefieren desplazarse a zonas que fueron concebidas para uso de residentes locales y comer ahí (principalmente, la zona del mercado municipal), ya que en sus horas libres buscan relajarse y no tener contacto con turistas, además de que consideran que encuentran lo que necesitan a precios cómodos para ellos.

“En el área turística puede ser todo un poco más caro, si vas a los restaurantes… puede ser un poco más caro, y a veces sientes que te están timando, porque vas a otros lugares y vas y obtienes las mismas cosas por un precio más bajo, así, por ejemplo, vienes al mercado y sabes, todo es como a buen precio y sientes que realmente valoran tu dinero, es por eso que voy siempre a lugares para locales[…]yo prefiero simplemente relajarme cuando vengo a estos lugares, así que salgo del área turística y vengo a donde es más calmado y puedo absolutamente relajarme”. (Christian, Técnico de Sistemas, Jamaica).

3.3. Tripulantes y Wi-Fi

Para los tripulantes, la comunicación constante con sus seres queridos es importante, por lo que es común que visiten lugares con Wi-Fi (sobretodo restaurantes y cafeterías) para establecer contacto con ellos vía internet. La razón principal por la cual ellos buscan servicio de Wi-Fi en tierra, es porque comentan que dentro del barco el servicio mencionado es muy lento y costoso, ya que llega al barco por vía satélite y por ello muchos tripulantes no pueden pagarlo.

“-Como no tengo mucho tiempo, sólo paseo por aquí, a veces voy a comer a los restaurantes de en frente (refiriéndose al Chi y Tai) porque nos gusta comer algo de donde somos, y también porque tienen Wi-Fi gratis y puedo hablar con mi familia
-¿El Wi-Fi en el barco es costoso?

-Sí, muy costoso, algunos tripulantes no pueden pagarlo, aun cuando hay precios preferentes para nosotros" (Ed, Cocinero, Indonesia).

"El internet en el barco es realmente muy caro, y la simple razón es que es un internet vía satélite y debes pagar por ello, por lo tanto es realmente muy caro y como puedes imaginar es "lentejo", es realmente lento. Cuando vienes a Cozumel todo mundo baja porque hay muchos lugares a los que puedes ir, y hay algunos café-internet a los que vas y revisas en la computadora, pagas un dólar, te conectas a internet y tienen un internet súper rápido, ¡funciona!". (Christian, Técnico de Sistemas, Jamaica).

3.3. Actividades de Ocio

En Cozumel hay tripulantes que realizan diversas actividades de ocio que son dirigidas para los turistas, tales como visitar ruinas mayas, navegar, bucear, realizar parasailing o nadar con delfines. Lo anterior se debe a que al ser de un mayor rango dentro del barco, tienen mayor cantidad de tiempo libre (de 6 a 12 horas) y un mejor sueldo que les permite solventar dichas actividades. Prueba de ello, es lo que algunos tripulantes comentaron al preguntarles a qué lugares suelen ir cuando están en Cozumel.

"-A las ruinas mayas, al submarino, a navegar y bucear
-¿Cuántas veces lo has hecho?
-Cinco veces, cada mes, voy a bucear cada vez que puedo hacerlo, me encanta." (Mary, Trabajadora de spa, Croacia).

"Siempre vengo aquí a nadar con delfines, después voy al parasailing, buceo, a veces voy a ver algo, o cuando sólo tengo dos o tres horas de descanso, voy a comer con mis amigos." (Anne, Asistente, Rumania).

3.4. Percepción de los Tripulantes sobre Cozumel

Varios tripulantes comentaron que su puerto de escala favorito es Cozumel debido a que en éste encuentran buenos lugares donde pueden pasar su tiempo libre y porque en él encuentran cerca todo lo que necesitan.

"Encontramos lo que necesitamos en Cozumel, es por eso que Cozumel nos encanta[…]es mi favorito (refiriéndose al puerto de escala) porque para nosotros, lo tenemos todo aquí, internet barato, comida y todo está cerca y hay un fácil acceso para todo." (Wong, Aseo y Limpieza, Indonesia).

Por otra parte, hubo algunos tripulantes que se quejaron sobre las altas tarifas de los taxis en Cozumel y consideran que debería hacerse algo al respecto ya que vienen constantemente a la isla no en plan de turista, sino en plan de trabajo y que las autoridades deberían apoyarlos de algún modo.

"Lo que siempre he podido observar es que, un ejemplo, en los taxis. Yo recuerdo que cuando venía al principio pagaba uno o dos dólares, ahora pagamos ocho dólares por una persona. A veces lo que hacemos nosotros es ir de a cinco,

cuatro, para poder pagar dos dólares cada uno[…]no es porque trabaje en una línea de crucero esté ganando un dineral, creo que algunas personas en Cozumel tienen esa idea y no es así, pienso que de alguna manera las autoridades deben buscar una alternativa de ayuda al tripulante, claro que los que vienen de paseo vienen a gastar, pero los tripulantes viven aquí."(Santiago, Capitán de Maniobras, Guatemala).

4. CONCLUSIONES

El presente trabajo, corrobora los hallazgos mencionados en la literatura, sobretodo en relación a las actividades que los tripulantes realizan en Cozumel. Tal como comenta Van Broeck y Dierckx (2011), muchos tripulantes durante su tiempo libre en dicho puerto de escala compran despensa, comen, buscan relajarse y comunicarse con sus seres queridos, así como actividades de ocio dirigidas a los turistas, tales como el nado con delfines o visitar zonas arqueológicas.

Estudiar el comportamiento de los tripulantes de cruceros con métodos cualitativos facilitó tener un mejor acercamiento con los individuos a estudiar. Cabe resaltar que por la metodología utilizada y por la cantidad de tripulantes entrevistados obtenida (debido a que muchos de ellos tuvieron poco tiempo para atender la entrevista), los resultados de esta investigación no son generalizables.

Esta investigación resultó ser un primer acercamiento que demuestra la existencia de diferencias en el comportamiento de los tripulantes de cruceros según su nacionalidad y jerarquías no sólo dentro del barco (Weaver, 2005; Wood, 2008; Véronneau y Roy, 2012), sino también en los puertos de escala. Así mismo, se muestra la evidencia de un vínculo entre los tripulantes y Cozumel al compartir lugares que también son dirigidos a los residentes locales, sobre todo, los puestos de alimentos y bebidas en la zona del mercado municipal y en frente de Puerta Maya. En atención a lo anterior, gestores y autoridades de Cozumel deben reconocer la importancia del comportamiento de los tripulantes de cruceros en función de su participación económica y social en el destino.

BIBLIOGRAFÍA

ADMINISTRACIÓN PORTUARIA INTEGRAL DE QUINTANA ROO. (2015): *APIQROO, Estadísticas*. Disponible en: http://www.apiqroo.com.mx/estadistica/. Consultado el: 05/03/2015.

AJZEN, I. (2001): "Nature and Operation of Attitudes". *Annual Reviews*, 52: pp. 27-58.

ALBELDA, M. (2004): Cortesía en diferentes situaciones comunicativas. La conversación coloquial y la entrevista sociológica semiformal. En: Bravo, D. y Briz, A. *Pragmática sociocultural. Estudios sobre cortesía en español*, Ariel, Barcelona.

ATTESLANDER, P. (2008): *Methoden der Empirischen Sozialforschung*. Erich Schmidt Verlag, Berlin.

BOY, C. Y NEUMANN, S. (2012): Regulatory Frameworks of the Cruise Industry. En: VOGEL, M., PAPATHANASSIS, A. Y WOLBER, B. *The Business and Management of Ocean Cruises*. Wallingford, UK, CAB International.

BRYMANN, A. (2004): *Social Research Methods.* New York, Oxford.

BUSINESS RESEARCH & ECONOMIC ADVISORS. (2007): *Aportación Económica del Turismo de Cruceros en México, un Análisis basado en Encuestas de los Impactos de los Gastos de Pasajeros, la Tripulación y las líneas de Cruceros*. Pembroke Pines, Florida, FCCA.

CRUISE LINES INTERNACIONAL ASSOCIATION INC. (2015): *The State of The Cruise Industry in 2014: Global Growth in Passenger Numbers and Product Offerings.* Disponible en: http://www.cruising.org/vacation/news/press_releases/2014/01/state-cruise-industry-2014-global-growth-passenger-numbers-and-product-o. Consultado el: 02/07/15.

CHAMRAZ, K. Y BELGRAVE, L. (2012): Qualitative interviewing and grounded theory analysis. En: Gubrium, J., Holstein, J., Marvasti, A y Mc Kinney, K. *The SAGE Handbook of interview Research*. Thousand Oaks, SAGE publications.

DIEKMANN, A., (2007): *Empirische Sozialforschung, Grundlagen Methoden Anwendungen*, Hamburg, rowohltsenzylopädie.

EMERSON, M., FRETZ, R. Y SHAW, L. (1995): *Writing Ethnographic Fieldnotes*. Chicago, The University of Chicago Press.

FLORIDA-CARIBBEAN CRUISE ASSOCIATION. (2014): *Cruise Industry Overview, State of the Cruise Industry*. Pembroke Pines, Florida, FCCA.

GIBSON, P. (2008): “Cruising in the 21st century, who works while others play?” *International Journal of Hospitality Management*, 27, (1): pp. 42-52.

INTERNATIONAL TRANSPORT WORKERS’ FEDERATION. (2015): *Inside the Issues*. Disponible en: http://www.itfseafarers.org/ITI-cruise.cfm. Consultado el 15/07/2015.

JENNINGS, G. (2001): *Tourism Research*. Milton, John Wiley & Sons.

MCDOUGALL, G., Y MUNRO, H. (1994): Scaling and Attitude Measurement in Travel and Tourism Research. En: GOLELDNER, C., Y RITCHIE, J. (2nd Ed.). *Travel, Tourism and Hospitality Research: A handbook for managers and Researchers.* USA, John Wiley & Sons Inc.

MILES, M. Y HUBBERMAN, A. (1994): *Qualitative Data Analysis*. Thousand Oaks, SAGE Publications.

PEARCE, P. (2005): *Tourist Behaviour, Themes and conceptual schemes.* Cledevon, Channel View Publications.

VAN BROECK, A., Y DIERCKX, G. (2011): “Activities of cruise ship employees in Cozumel, Mexico”. *Études Caribéennes*, Disponible en: http: // etudescaribeennes .revues. org /5133?lang=es. Consultado el: 06/01/15.

VÉRONNEAU, S., Y ROY, J. (2012): Cruise Lines’ Purchasing and Logistics Management. En: VOGEL, M., PAPATHANASSIS, A. Y WOLBER, B. *The Business and Management of Ocean Cruises*. Wallingford, UK, CAB International.

WEAVER, A. (2005): “Interactive service work and performative methaphors: The case of the Cruise Industry”. *Tourist Studies*, 5, (1): pp. 5-27.

WONG, S., Y LAU, E. (2008): “Understanding the Behavior of Hong Kong Chinese Tourists on Group Tour Packages”. *Journal of Travel Research*, 40: pp. 57-67.

WOOD, R. (2000): “Caribbean Cruise Tourism, Gobalization at sea”. *Annals of Tourism Research*, 27, (2): pp. 345-370.

WU, B. (2005): *The World Cruise Industry: A Profile of the Global Labour Market*. Cardiff University, Cardiff, Seaferers Internacional Research Centre (SIRC).

ZHAO, M. (2002): “Emotional Labour in a Globalized Labour Market: Seaferers on Cruise Ships”. *Seaferers International Research Centre, Cardiff University Working Paper Series*, 27: pp. 1-28.











II Congreso Coodtur
Temas Pendientes y Nuevas Oportunidades en Turismo y Cooperación al Desarrollo



Conclusiones (Comité Organizador) 18-11-2015



Contribuciones de comunicaciones por mesas (porcentajes):

- Mesa 1 Impacto del turismo en las comunidades locales: un tema pendiente: 54%
- Mesa 2 Nuevas oportunidades de cooperación, turismo, globalización, cambio climático y nuevas tecnologías: 19%
- Mesa 3 Reinvención de destinos turísticos. Estrategias y políticas: 21%
- Mesa 4 y Mesa 5 Turismo residencial. La transnacionalización en la actividad turística. Dinámicas migratorias: 4%.











II Congreso Coodtur

Temas Pendientes y Nuevas Oportunidades en Turismo y Cooperación al Desarrollo



Palabras claves:

Comunidad indígena, percepciones, impactos turísticos, capital social, impactos sociales y culturales, exclusión social, relación turismo-comunidades, gestión del turismo comunitario, calidad de vida, indicadores, ecoturismo, áreas naturales protegidas, etnoturismo, gestión ambiental, paisaje, cruceros, turismo desastres, E-marketing, TICS, empoderamiento social, turismo justo, movilidad, imagen del destino, segunda residencia, migración.











II Congreso Coodtur
Temas Pendientes y Nuevas Oportunidades en Turismo y Cooperación al Desarrollo



Temas pendientes y nuevos campos de investigación en donde hemos de seguir cooperando:

- Relación del turismo con las comunidades.

- Turismo comunitario: IMPORTANTE modelos de gestión y organización: la CLAVE para el control del diseño, ejecución, gestión y distribución de los beneficios.

- Nuevos retos: aumento de la demanda y como gestionarla.

- Indicadores para medir.

- Deficiencia de estadísticas. Ejemplo: empleo que genera la actividad turística. Necesarias para medir y poder afirmar si el Turismo = Éxito.



- Muchos estudios acumulados, pero se avanza poco. Puesta en común del trabajo hecho por investigadores y grupos de investigación. Son necesarios estudios regionales y comparativos. Un ejemplo claro es el número importante de publicaciones que durante el congreso se han compartido. Son necesarias nuevas dinámicas de trabajo: trabajar en red.

- Seguimiento de investigaciones abiertas.

- Cambio Climático.

- Importancia del turismo doméstico o interno. Segmento subestimado y falta de estadísticas. Productos y experiencias turísticas para la población local.

- Observatorio turístico: sustentable/insostenible.



- Proveedores de la industria turística. Artesanía local. Cadenas productivas.

- Mayor implicación del sector privado. Transferencia.

- Responsabilidad social corporativa.

- Movilización. Estructuras y dinámicas urbanas.

- Reinvención de destinos turísticos.

- Turismo de Cruceros.

- Valoración de experiencias y satisfacción.











II Congreso Coodtur
Temas Pendientes y Nuevas Oportunidades en Turismo y Cooperación al Desarrollo



Si quieres ver fotografías del evento puedes visitar la página Facebook del evento (https://www.facebook.com/events/300240650185221/)

En breve también saldrá publicado un segundo libro del congreso con las ponencias magistrales.

Para recibir información de las actividades y próximos seminarios y congresos de la red contactar con coodtur@urv.cat

Si quieres adherirte a la red por favor consultar el apartado de miembros en nuestro web http://www.coodtur.org











II Congreso Coodtur
Temas Pendientes y Nuevas Oportunidades en Turismo y Cooperación al Desarrollo



¡¡Muchas gracias a todos los asistentes por su participación y esperamos vernos pronto en el III Congreso COODTUR que se celebrará en Costa Rica en 2017!!



La consideración del turismo como una vía y oportunidad para el desarrollo está cada vez más presente en las políticas socioeconómicas de los países. Algunos hechos que han contribuido a este aumento de protagonismo del turismo son entre otros el consenso alcanzado en reuniones internacionales sobre la capacidad de esta actividad para contribuir al desarrollo y más concretamente al alivio de la pobreza, como se recoge en los Objetivos de Desarrollo del Milenio fijados por las Naciones Unidas.

El sector del turismo es una línea estratégica que tiene grandes posibilidades para convertirse en líder de la cooperación turística internacional, pues es considerado una herramienta que, bien gestionada, contribuye a la mejora de la calidad de vida de las poblaciones locales y a la reducción de la pobreza, fomentando la creación de lugares de trabajo y la conservación del patrimonio natural y cultural. Teóricamente es así, pero en la práctica: ¿Qué está sucediendo?

El turismo es un fenómeno dinámico tanto en su crecimiento como en la permanente transformación de sus elementos, de las relaciones entre los mismos o de nuevas expresiones y formas de hacer turismo. Su estudio y seguimiento exige un análisis de las problemáticas aún pendientes, así como requiere responder a las nuevas realidades, ara que el turismo mantenga su fin último, el desarrollo.

El II Congreso de la Red Internacional de Investigadores en Turismo, Cooperación y Desarrollo quiere con este encuentro:

- Crear un foro de discusión y reflexión, desde una perspectiva académica y de investigación, sobre temas pendientes aún por resolver como el impacto del turismo en las comunidades locales y de abordar "nuevas" realidades y estrategias de desarrollo turístico y cooperación que reclaman nuestra atención.

- Sumar conocimientos en el campo de la investigación del turismo como herramienta de cooperación al desarrollo.

- Facilitar un espacio para conocernos e impulsar futuras colaboraciones de investigación.





